

For Business Magazine

《CCT》





To nejcennější v byznysu se nedá koupit. Dá se ale vybudovat.

Vážení čtenáři,

technologie si můžete koupit. Výrobní halu můžete postavit. Reklamní kampaň můžete spustit během několika dnů. To nejcennější v byznysu ale nevzniká na objednávkou. Vzniká postupně. Díky důvěře, kvalitním vztahům a lidem, kteří s vámi chtějí dlouhodobě růst.

Důvěra se nebuduje během jednoho obchodního jednání. Buduje se roky. Právě proto jsme před lety založili Czech Cool Trade. Tehdy jsme netušili, kam až nás tato cesta zavede. Jednu věc jsme však věděli od samého začátku. Skutečný byznys nikdy nestojí pouze na produktech nebo službách. Je postaven především na lidech a vztazích, které mají dlouhodobou hodnotu.

Dnes, když držíte v rukou nové vydání For Business Magazine Czech Cool Trade, s pokorou sledujeme, jak se tato myšlenka proměnila v silnou networkingovou komunitu Czech Cool Trade, která propojuje stovky firem, manažerů a podnikatelů. Každý nový člen, každé nové obchodní partnerství i každý úspěch našich klientů nás utvrzují v tom, že vztahy založené na důvěře mají v dnešním podnikání větší hodnotu než kdy dříve.

Naším cílem přitom nikdy nebylo pouze vytvářet networkingové akce. Od prvního dne jsme chtěli budovat prostředí, ve kterém se podnikatelé vzájemně inspirují, sdílejí zkušenosti, otevírají nové obchodní příležitosti a nacházejí partnery pro dlouhodobou spolupráci.

Právě proto každoročně připravujeme desítky networkingových akcí v České republice i v zahraničí. Networkingové večery, networkingové snídaně, golfové turnaje, zahraniční networkingové cesty i VIP Networking CCT v Londýně mají společný cíl. Vytvářet prostředí, ve kterém vzniká důvěra, inspirace a obchodní partnerství, která často přerůstají v dlouholetá přátelství.

Stejnou filozofii jsme přenesli také do digitálního prostředí prostřednictvím aplikace Connected Cool Trade. Nechceme nahrazovat osobní setkávání. Naopak věříme, že moderní technologie mají lidem pomáhat navazovat kvalitní byznys vztahy rychleji, jednodušeji a efektivněji. Technologie mohou propojit obrazovky. Skutečné obchodní vztahy ale stále vznikají mezi lidmi.

Propojování podnikatelů je jedním z pilířů Czech Cool Trade. Tím druhým je aktivní podpora růstu firem.

Každý den pomáháme našim klientům rozvíjet obchod, otevírat nové trhy a získávat dotační podporu. Součástí našich služeb je také aktivní dotační monitoring, díky kterému klientům garantujeme, že o žádnou vhodnou dotační příležitost pro rozvoj jejich podnikání nepřijdou.

Věříme, že stejně důležité jako získat dotaci je mít jistotu, že žádná příležitost nezůstane bez povšimnutí.

Úspěch našich klientů pro nás nepředstavuje pouze dobře odvedenou práci. Je potvrzením, že důvěra, partnerství a dlouhodobá spolupráce jsou hodnoty, na kterých lze budovat úspěšné firmy i silnou podnikatelskou komunitu.

Díváme se však ještě dál.

Naší vizí je propojit podnikatele napříč Evropou a vybudovat nejvýznamnější evropskou networkingovou komunitu, která bude svým členům otevírat nové obchodní příležitosti, propojovat kvalitní firmy a podporovat vznik dlouhodobých byznys vztahů bez ohledu na hranice jednotlivých zemí. Věříme, že podnikání má být otevřené, založené na důvěře a spolupráci. Právě takovou Evropu chceme společně s našimi členy pomáhat vytvářet.

Stejnou filozofii jsme vtiskli i magazínu, který právě držíte v rukou. Chceme, aby nebyl pouze zdrojem informací, ale také inspirace, nových pohledů a příběhů lidí, kteří svou práci posouvají české podnikání vpřed. Každé nové partnerství začíná jedním setkáním.

Každý velký projekt začíná jedním rozhodnutím.

A každá úspěšná podnikatelská cesta začíná lidmi, kteří si navzájem důvěřují.

Děkujeme, že jste součástí Czech Cool Trade.

Těšíme se na další společnou kapitolu.

Přejeme vám inspirativní čtení, pevné zdraví a mnoho podnikatelských úspěchů.

Martin a Karolina Kovalští
jednatelé Czech Cool Trade



6

„Nejsme sprinteři, ale maratonci,“ říká David Kiša po dvaceti letech v ostravském autobyznysu s britskými ikonami za zády.



14

Síla propojení: Jak Czech Cool Trade buduje byznysovou komunitu nové generace



18

„Můj život je o náhodách.“ Pavel Greiner postavil nejznámější autoškolu v Česku na pokorě a mamčině radě



34

Dotace jako strategický nástroj: Jak financovat růst a nespálit se v administrativě



38

Digitalizace není jen cíl, ale důsledek zdravého rozumu



44

Žena, která dala Svinovu jeho nejslavnější vinárnu. Příběh Štěpánky Lazarové a vily, která přežila téměř celé století.



50

V realitách rozhoduje lokace, v byznysu developmentu též vytrvalost a vliv



24

Londýn, kde se byznys mění v přátelství. VIP Networking Czech Cool Trade v Londýně



28

Od nábytku ke komplexním službám. ENPF míří k miliardovému rodinnému holdingu.



56

Certifikace podnikatelské kvality CCT. Důvěra, kvalita a odpovědnost jako základ silného podnikání.



62

Šedesát jedna hektarů ticha ožívá. Karviná bude brzy mít svůj multisportovní resort



68
CCT GOLF CUP 2025: Čertovo břemeno znovu potvrdilo sílu byznys networkingu



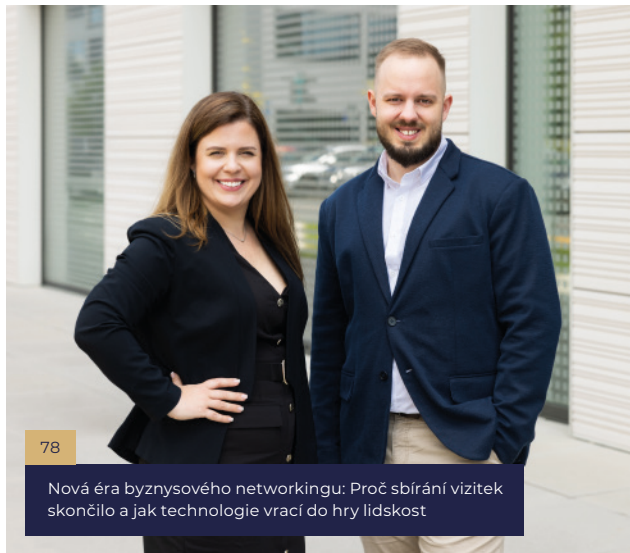
72
„Nebudeme troškaři.“ Jakub Gondek vede Ollies k deseti tunám cukroví a franšízám po celém Česku



100
Referenční projekty: Od nápadu k hotovému výstupu ARTYX PROMOTION díky nové technologii mění pravidla reklamní výroby



102
CCT GOLF CUP: Když obchod vzniká mezi jamkami



78
Nová éra byznysového networkingu: Proč sbírání vizitek skončilo a jak technologie vrací do hry lidskost



88
Rychlost, péče a reference. Indicada staví HR partnerství na třech pilířích a chce být vzorem v oboru



106
Představení týmu CCT



114
Studium MBA: Proč se manažeři vrací ke studiu, i když už dávno řídí firmy



96
Byznys v reálném čase: Jak moderní platformy posouvají možnosti networkingu a B2B spolupráce



98
Referenční projekty: Když se plány mění ve výsledky

Název: For Business Magazine CCT **Vydavatel:** Czech Cool Trade s.r.o.
Redakce: Martin Kovalský, Karolina Kovalská, Tomáš Myšák, Kristýna Cihlářová, Jan Vajda, Andrea Schönová
Titulní foto: David Mitáš **Foto:** David Mitáš, Jakub Macháček, Michaela Peter
Design a zlom: Cyril Vltavský **Tisk:** KLEINWÄCHTER holding s.r.o.

Pro více informací o možnosti inzerce kontaktujte kovalsky@cct.cz.

„NEJSME SPRINTĚŘI, ALE MARATONCI,” ŘÍKÁ DAVID KIŠA PO DVACETI LETECH V OSTRAVSKÉM AUTOBYZNYSU S BRITSKÝMI IKONAMI ZA ZÁDY.

Za poslední tři roky nevídaně roztáhl svá křídla. David Kiša za dvacet let postavil silnou skupinu, která dnes ve třech samostatných dealerstvích zastupuje čtyři značky. Od roku 2009 britské ikony Jaguar a Land Rover s firmou B of B cars, zastoupení pro značku Kia s názvem AUTO DASPOL pak bylo otevřeno v roce 2023. Nejnovějším jednostopým přírůstkem z kraje roku 2026 je britská značka Triumph v rámci dealerství B of B moto.

Ke každému z nich má vlastní příběh, k některým i světové ocenění. V ostravské centrále a zároveň sídle pro zastoupení vozů Jaguar a Land Rover jsme se bavili o dvaceti letech britského autosvěta, o elektrické budoucnosti a o filozofii, díky které dnes ve vedení sedí spolumajitelé, kteří vzešli z řad zaměstnanců.



Letos je to dvacet let, co jste začal pracovat v automobilovém světě, a sedmnáct let od založení klíčové společnosti B of B cars, jejíž úspěch dal posléze vzniknout celé skupině.

Čas docela utíká, když se člověk dobře baví, že ano? (směje se).

Ale kolikrát to veselé vlastně nebylo, ale to asi zná každý podnikatel. O tom si ve vašem magazínu mohli čtenáři přečíst již několikrát. Když jsem v roce 2006 začal pracovat pro tehdejšího importéra Jaguar Land Rover, oběma značkám jsem propadl a od té doby je mám ve svém srdci.

Když pak v roce 2008 došlo k tomu, že tehdejší soukromý importér, který vlastnil dealerství JLR také v Ostravě a v Brně, již nebyl schopen pokračovat dále, měl jsem na výběr. Buď budu chodit kanály a stydět se před všemi lidmi, kterým jsme auta prodali s příslibem perfektních služeb a servisu, nebo vezmu osud svůj a svých tehdejších kolegů do vlastních rukou a udělám vše proto, abych zastoupení pro Jaguar Land Rover v Ostravě zachoval, respektive vybudoval pod novým názvem a na jiném místě.

Tak tedy vzniklo B of B cars – Best of British Cars.

Přesně tak. Název, ze kterého nemá žádný náš marketák radost, ale přesto s námi zůstal a je do jisté míry signifikantní. Ze začátku nám nikdo moc nevěřil, dokonce jsem kolikrát slyšel barvitě teorie o původu finančních prostředků na náš rozjezd. Neuvěřitelné, co byla lidská mysl schopna vymyslet. Přitom to bylo úplně jednoduché. Na co jsme neměli z vlastní kapsy, na to jsme si půjčili a doufali, že to časem vyjde. Hodně pracovali, hledali ta nejlepší řešení a zdravě, malými krůčky rostli.

Vyrostli jste do skupiny, která má téměř 70 zaměstnanců a několik firem.

To je sice pravda, ale ještě v září 2023, kdy jsme otevřeli dealerství Kia AUTO DASPOL, fungovala kromě několika malých vedlejších projektů pouze naše mateřská B of B cars. Ta dala základ, ať už v rámci kapitálu finančního či lidského, všem dalším projektům. Zastoupení Jaguar Land Rover stále zůstává gró byznysu celé skupiny a díky němu měly další projekty výrazně jednodušší start. Ne snadný, ale jednodušší, protože na všech nových projektech se mnou

spolupracovali kolegové, kteří prošli právě „kársem“, jak u nás v interních debatách označujeme B of B cars.

Na jakých pilířích dnes stojí B of B cars?

Je to jednoznačně modelová řada značky Land Rover. Kdo by neznal náš bestseller Defender, který po svém redesignu v roce 2019 převzal otěže a momentálně dělá skoro 50 % veškerých prodaných nových vozů. Následuje populární model Range Rover Sport.

Byť za poslední roky nenastalo u značky Land Rover příliš závažných změn, tak další rok až dva přijde něco, čemu říkám totální ofenzíva. Elektrické varianty nejpobulárnějších modelů a úplně nový segment Gran Turismo. Většinu těchto nových modelů jsem měl možnost vidět v globálním sídle Jaguar Land Rover v Gaydonu a musím říct, že i po těch letech se značkou to ve mně zanechalo velmi silný dojem.



” SPOLEČNĚ LEPŠÍ CESTOU

Je to záměr, že jste se zatím nezmínil o značce Jaguar? Jak se díváte na tu totální změnu, která nastala?

Kdepak, už jsem se k tomu chtěl dostat (usmívá se). Pokud by se ale stalo, že čtenáři netuší, značka Jaguar stála na opravdu těžké křižovatce a měla několik možností: Buď bude nadále bojovat na poli prémiových sedanů a SUV, kde je konkurence nesmírně obrovská, nebo se změní. A buď se mohla změnit v to, že již nadále bude pouze historií, nebo v něco zcela jiného. A právě tato třetí možnost nakonec vyhrála.

Značka Jaguar bude nadále pouze elektrická. Bude se jednat o hypermoderní supersport, tedy o nevšední vůz. Nic podobného na silnicích aktuálně nejždí. A my budeme jedním ze dvou dealerů v Česku, kterého si samotný výrobce vybral k tomu, aby tento nový směr vzal za své a nové modely zákazníkům nabízel.

Aktuálně se to může jevit jako risk, ale nám se vždycky vyplatilo výrobce následovat. Bude to pro nás znamenat poměrně značné investice, ale také obrovskou prestiž a novou vlnu zájmu, která k nám může přitáhnout zcela novou klientelu. Těším se na to.

Již jsme zmínili, že druhé dealerství, které jste otevřeli v roce 2023, je dealerství Kia.

Je to tak. Nechybělo moc a nové dealerství neslo název AUTO DAVID (směje se). To si ale spíše utahuju ze svých kolegů, ono totiž AUTO DASPOL není nic jiného, než zkratka pro „David a společníci“.

Touhu růst jsem totiž neměl pouze já, ale také vyšší management B of B cars, a proto jsem vybraným nabídl, aby se mnou do nového projektu šli.

Pro tento krok jsem se rozhodl nejen jako odměnu kolegům, ale i jako formu motivace. Když pracujete na svém, nevadí vám v práci zůstat o dvě hodiny déle. Ten posun jsem sám prožil kolem čtyřicítky, kdy mi došlo, že už nechci dělat pro někoho jiného. Přesně tohle jsem chtěl dopřát i lidem, kteří to se mnou táhnou nejdéle.

Vlastnit úplně všechno mě nikdy nelákalo. AUTO DASPOL funguje tři roky a hodnota podílů přirozeně vzrostla. To je celý smysl a zcela jiná motivace táhnout tu káru dále. My nejdeme jednodušší cestou, jdeme lepší cestou. Ta většinou bolí a není rovná, ale je lepší pro zaměstnance, klienty, firmu a nakonec i pro mě osobně.

Bylo podobným stylem založeno také dealerství motocyklů Triumph?

Přesně tak. Skupina B of B Group sice drží ve všech projektech většinu, ale kolegové, kteří tu firmu řídí na denní i strategické bázi, v ní mají svůj podíl. U mateřské B of B cars je to jinak a jsem stále zapojený i do detailů. Obecně se ale dá říct, že dnes celou skupinu řídí sedmičlenný management a já se přesouvám do role, která firmu hlídá, ale nezasahuje do všeho.

Už jste tedy zpomalil?

Mám pocit, že hlavní životní sen jsem si splnil a nyní se snažím zpomalit. Více cestuju, věnuju čas tělu a hledám si v životě oblasti, kde můžu růst. Když je člověk mladý a hladový, je svět jednoduchý. Jakmile hlad pomine, musíte motivaci hledat jinde. Věřím, že jeden z mých potomků bude pokračovat v tom, co jsem vybudoval.

Vraťme se ještě na chvíli k zastoupení Kia AUTO DASPOL a pilotnímu projektu firmy, kde jste ze svých zaměstnanců udělal spolumajitele.

Když se podíváte do rejstříku, AUTO DASPOL má šest spolumajitelů: B of B Group drží většinu, ostatních pět jsou kolegové, kteří jsou se mnou spjati minimálně deset let a pomohli rozmachu B of B cars. Firmu aktuálně v pozici výkonného ředitele a spolumajitele vede Petr Hellstein, který v B of B cars začínal v roce 2015 jako marketingový specialista ještě v rámci svých studií. Velkou zásluhu na zrození dealerství Kia má Patrik Malík, obchodní ředitel B of B cars, který nastoupil také v roce 2015 jako prodejce ojetých vozů. Patrik je také spolumajitelem a mentorem B of B moto – našeho dealerství Triumph.

Každopádně naše dealerství Kia získalo za velmi krátkou dobu spoustu zákazníků, titul Nejlepší prodejce, Nejlepší dealer a také Global Best Dealer – Platinum Prestige. Více mě však těší to, že jsme dokázali využít synergických efektů v rámci skupiny. Logika pro začátek našeho dealerství Kia byla totiž jednoduchá – Jaguar a Land Rover si kupují majitelé firem, kteří by mohli svou celou firemní mobilitu řešit pod naší jednou střechou. A protože rádi jdeme příkladem, poměrně velká část zaměstnanců „kársu“ jezdí firemními vozy značky Kia. Ty se následně objeví jako referentské vozy v rámci prodeje koncovému klientovi. Poměrně jednoduchá myšlenka, která pomohla DASPOLu v prvním roce života, a navíc je to příjemný benefit a motivace pro zaměstnance B of B cars.

V roce 2025 prodal DASPOL více než 330 vozů a letos míří k číslu 380. Je v černých číslech a buduje si svou vlastní cestu, z čehož mám radost. Připomíná mi to naše začátky v roce 2009. Pár lidí, vysoké cíle, touha něco





vybudovat a být nejlepší. Nejvíce mě na tom těší fakt, že se jedná o kontrolovaný a řízený proces. Celá skupina pomůže tomu novému dítěti v začátcích, chvíli jej vede a radí mu, aby následně našlo svou vlastní cestu k úspěchu a šlo po ní samo.

Bude to podobně také v rámci zastoupení motocyklů Triumph?

Rozdíl mezi prémiovými vozy Jaguar Land Rover a masovější značkou Kia byl značný, ale motocykly, to je úplně jiný sport. Velký vliv sezónnosti, zcela jiná skupina zákazníků a jinak vedený marketing, úplně jiné marže.

O zastoupení Triumphu jsme se snažili osm let, ale předchozí importér nám ho nikdy nesvěřil. Loni ale došlo ke změně, nový import vyhlásil výběrové řízení a nám se ho podařilo vyhrát. Pomohlo, že jsme mezitím koupili budovu a pozemek vedle našeho sídla, takže jsme měli kam zastoupení umístit. Kdyby Triumph přišel dřív a my neměli prostor, nezvládli bychom to.

Slavnostní opening proběhl teprve v polovině dubna 2026. Zatím to vypadá nadějně, ale jsme úplně na začátku.

Filozofie lepší cesty se u vás projevuje i navenek. Výsadba lesů, charita, dlouhodobý přístup. Kam to celé směřuje?

Začalo to praktickým požadavkem výrobce Jaguar Land Rover, který nám spočítal uhlíkovou stopu. Proto

jsme koupili šest hektarů lesů, výsadbu propojili s teambuildingem a dva dny jsme s týmem sázeli stromky. Postupně se z toho stala samostatná firemní strategie. Co se týče charity, Nadaci ADRA jsme za dobu existence firmy věnovali přes tři miliony korun, což je pro firmu naší velikosti významná částka

Tato filozofie se propsala také v našem mottu, které v rámci tří slov perfektně popisuje naši kulturu a myšlení. Zní: „*SPOLEČNĚ LEPŠÍ CESTOU*”.

Na závěr mě zajímá, kde vidíte budoucnost B of B Group?

Dnešní doba je turbulentní a plánovat rok dopředu je složité. Firmu s malým kormidlem, jako je ta naše, dokážete manévrovat rychleji než velké korporáty. V tomto ohledu věřím v gravitaci. Stačí mít otevřenou hlavu, jít pomalu kupředu a příležitosti přijdou samy. V roce 2021 za námi takto přišli zástupci Kia. Osm let jsme usilovali o zastoupení Triumph, až se vše potkalo se změnou importéra v roce 2025.

My ovšem jdeme věcem naproti, což mi v podnikání přijde klíčové. Náš přístup můžu shrnout jednou větou: „Nejsme sprinteři, ale maratonci.”

Davide, děkuji za rozhovor a držím palce při uvedení novinek na český trh.

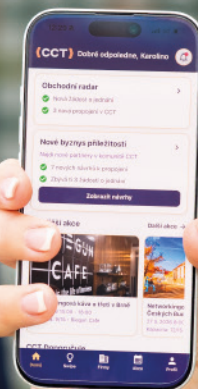


www.bofb.cz

Síla propojení: Jak Czech Cool Trade buduje byznysovou komunitu nové generace

Rozhovor s Martinem Kovalským,
zakladatelem Czech Cool Trade
a tvůrcem aplikace Connected Cool Trade

David Mítáš



V době, kdy se stále více obchodních aktivit přesouvá do online prostředí a umělá inteligence mění způsob, jakým firmy komunikují se svými zákazníky, přichází Martin Kovalský s poněkud odlišným pohledem. Věří, že největší obchodní příležitosti budoucnosti budou stále vznikat mezi lidmi. Po více než třinácti letech budování byznys komunity Czech Cool Trade proto představil aplikaci Connected Cool Trade, která propojuje svět moderních technologií s tím nejcennějším, co v byznysu existuje, kvalitními vztahy.

Martine, Czech Cool Trade je známé svou silnou podnikatelskou komunitou, pestrým networkingem, online networkingovými akcemi i unikátními zážitkovými setkáními. Proč jste se rozhodli vytvořit vlastní aplikaci?

Protože jsme si uvědomili jednu důležitou věc. Sebelepší networkingová akce trvá několik hodin. Kvalitní obchodní vztahy se ale budují každý den.

Za více než třináct let budování Czech Cool Trade jsme vytvořili komunitu stovek firem a více než patnácti set podnikatelů, majitelů společností a vrcholových manažerů. Vedle klasických networkingových akcí jsme postupně přidávali odborné workshopy, podnikatelské snídáně, online networkingová setkání, golfové turnaje i řadu unikátních zážitkových akcí.

Za tu dobu jsme byli svědky stovek obchodních spoluprací, nových partnerství i přátelství. Přesto jsme si stále častěji kladli otázku, jak můžeme být našim členům užiteční i mezi jednotlivými akcemi.

Právě tehdy vznikla myšlenka aplikace Connected Cool Trade.

Nechtěli jsme vytvořit další sociální síť. Chtěli jsme vytvořit obchodní nástroj, který bude fungovat dvacet čtyři hodin denně, sedm dní v týdnu.

Nástroj, který propojí poptávku s nabídkou. Nástroj, který pomůže dostat podnikatele z online prostředí na osobní obchodní schůzky. Nástroj, který podpoří vznik nových obchodních příležitostí a zároveň přivede lidi na networkingové akce, kde se budují skutečné vztahy.

Vaše komunita je známá tím, že propojuje podnikání se zážitky. Jak se vlastně rodila cesta od networkingových akcí k vlastní technologické platformě?

Velmi přirozeně.

Když jsme Czech Cool Trade zakládali, naším cílem bylo vytvářet prostředí, ve kterém se podnikatelé mohou potkávat, inspirovat a vzájemně si pomáhat.

Později jsme přidali také VIP networkingové akce v Londýně, kde propojujeme podnikatele s jedinečnými zážitky, vrcholovým sportem, inspiračními osobnostmi a mezinárodním byznysem.

Právě během těchto akcí jsme si stále více uvědomovali jednu zásadní věc. Největší hodnotou nejsou přednášky ani program. Největší hodnotou jsou lidé.

Stačí jedno správné propojení a může vzniknout obchodní příležitost, která zásadně změní budoucnost firmy.

V čem se Connected Cool Trade liší od LinkedInu nebo jiných profesních sítí?

LinkedIn je skvělá platforma pro budování osobní značky a sdílení obsahu. Connected Cool Trade vzniklo s jiným cílem. Naším cílem není budovat publikum. Naším cílem je vytvářet obchodní příležitosti.

Jaké funkce dnes aplikace nabízí?

Jednou z nejoblíbenějších funkcí je Swipe. Uživatelé si mohou prohlížet profily ostatních členů komunity a při vzájemném zájmu dojde k propojení. Následně si mohou domluvit obchodní schůzku, online setkání nebo se společně potkat na některé z networkingových akcí Czech Cool Trade.

Velmi využívanou funkcí je také Obchodní radar. Ten přináší nové obchodní příležitosti, poptávky a nabídky z celé komunity.

Důležitou součástí aplikace je katalog služeb. Firmy zde mohou během několika vteřin najít vhodného dodavatele, obchodního partnera nebo specialistu prakticky v jakémkoliv oboru.

Významnou roli hraje také sekce akcí. Uživatelé zde vidí nejen přehled připravovaných networkingových setkání, ale také seznam přihlášených účastníků.

Prostřednictvím aplikace mohou členové zároveň jednoduše nabídnout svou firmu, provozovnu nebo region jako místo pro hostování networkingové akce Czech Cool Trade.

Často mluvíte o síle propojení. Co si pod tím konkrétně představíte?

Myslím si, že právě síla propojení bude jednou z největších konkurenčních výhod budoucnosti.

Proto věřím, že budoucnost nebude patřit firmám s největším marketingovým rozpočtem. Bude patřit firmám s nejsilnější sítí kvalitních vztahů.

Kam chcete Connected Cool Trade posunout během příštích let?

Aplikace je pouze prostředek. Naším skutečným cílem je vybudovat nejsilnější byznysovou komunitu v Evropě.

Komunitu, ve které si podnikatelé nepředávají pouze vizitky, ale především důvěru, zkušenosti, inspiraci a nové příležitosti.

Ať už půjde o exkluzivní networkingová setkání, inspirativní osobnosti světového byznysu, sportovní události nejvyšší úrovně nebo VIP networkingové akce v nejzajímavějších evropských destinacích, naším cílem bude vždy vytvářet prostředí, ve kterém vznikají silné vztahy a nové příležitosti.

Kdybyste měl jednou větu vysvětlit, proč Connected Cool Trade vzniklo?

Protože věříme, že jedno správné propojení může změnit budoucnost firmy a někdy i celý život člověka.

Co byste na závěr vzkázal podnikatelům?

Největší obchodní příležitosti budoucnosti nevzniknou z databází ani algoritmů. Vzniknou ze vztahů.

Technologie nám pomohou najít správné lidi rychleji. Skutečnou hodnotu však budou vždy vytvářet lidé samotní.

A v tom spočívá skutečná síla propojení.



www.cct.cz/aplikace

**„Můj život je
o náhodách.“**

**Pavel Greiner postavil
nejznámější autoškolu
v Česku na pokoře
a maminčině radě**

Padesát tisíc sledujících na Instagramu, přes tisíc videí na YouTube a status nejdražší autoškoly v České republice. Přitom cesta Pavla Greinera k těmto číslům začala s dvěma tisíci v kapse a starou Fabií. V rozhovoru jsme se bavili o pokoře, přístupu učitele k žákům a o tom, proč je třeba lidem srozumitelně překládat pravidla silničního provozu.



Pavle, jak jste se vlastně dostal k autoškolství?

Můj život je celý o náhodách. Jsem vystudovaný kuchař a autoškolu jsem dělal ještě během studia. Už tehdy jsem si ale říkal, že učit lidi řídit by mě bavilo. Jenže v tu chvíli se změnil zákon: minimální věk učitele se zvýšil, proto jsem do toho nemohl jít.

Takže jsem šel vařit. Bavilo mě to deset let, dokud náš podnik neprodali jinému majiteli. V tu chvíli jsem začal znovu koketovat s myšlenkou autoškolství. Udělal jsem si kurz a začal jezdit pro kamaráda. Vydržel jsem ale jen chvíli, protože dělat pod někým moc neumím. Následoval klasicky „hollywoodský příběh“, kdy jsem s dvěma tisíci v kapse a starou Fabií, do které jsem si nechal namontovat druhé pedály, otevřel vlastní autoškolou.

Nejdřív se jmenovala Autoškola Greiner, ale zkuste si někam zavolat a udělat rezervaci na jméno Greiner. Protože jsem začal hodně jezdit v angličtině, chtěl jsem název, který lidi snadno vysloví. Čtyři písmena, jednoduché. Tak vznikla Autoškola King.

Byl jsem mezi prvními, kdo nabízel jízdy v angličtině, a přitom jsem v té době sám anglicky neuměl. Studenti na mě mluvili a já jim to odkýval. Souběžně jsem se přihlásil do kurzu a učil se za pochodu. Dneska už máme všechny učebnice profesionálně přeložené a teorii vedou kolegové, kteří mluví perfektně.

To je fascinující začátek. Dnes máte padesát tisíc sledujících na Instagramu, téměř pětatřicet tisíc odběratelů na YouTube a přes tisíc videí. Jak jste se dostali k tak skvělým číslům?

Zase náhoda. Před osmnácti lety jsem na malý foťák natočil video o tom, jak zaparkovat podélně. YouTube byl tehdy v plenkách a to video získalo za měsíc šest set tisíc zhlédnutí. Tak jsem začal točit další technické rady a tipy. Dlouho jsem nechtěl točit pravidla a křižovatky, protože jsem si říkal, že to lidi přece znají. Pak mi jednou někdo nedal přednost a bylo mi jasné, že o tom natočím video. Dále už se to začalo nabalovat.

Dnes stát vydá zákon, ale informace se už k lidem nedostane. Neznalost zákona sice neomlouvá, ale je třeba nové předpisy srozumitelně komunikovat. BESIP měl kdysi parádní kampaně, ale pak se vytratil. Do toho vakua jsem vkročil já. Snažím se zákony převést do podoby, které rozumí každý. Po pár letech jsem začal spolupracovat s dalšími institucemi. Dnes už mezi ně patří i Policie České republiky.

Klíčové je, že vše děláme s minimálním aparátem. Marketing se mnou tvoří mladá kolegyně Nikola. Jsme na to dva lidi. Žádné agentury, žádné rozhodování ve čtyřech kolech. Od ledna 2025 jsme úplně zrušili placené reklamy a tvoříme organicky, virálně. Roste to pomaleji, ale lidé, kteří se přidají, mají skutečný zájem.

Jste nejdražší autoškola v Česku, přesto máte plno. Co za touto filozofií stojí?

V Česku je opravdu hodně autoškol a většinou se přetahují nízkou cenou. Já se od těchto „závodů ke dnu“ držím stranou. Vědomě cílíme

na dražší klientelu. Profesionálně přeložené anglické učebnice, kvalitní teorie i jízdy jsou základem. Učitelům platím o stovku víc na hodinu než konkurence, aby měli méně žáků a mohli se jim plně věnovat.

Když máte totiž v autě deset lidí za den, jste nervózní a unavení. Snižte to na pět a je to úplně jiný příběh. Kvantita pro mě nikdy nebyla cestou. Mám deset aut, deset motorek a patnáct lidí v týmu. Nákladáky a autobusy outsourcujeme, abychom se v nich nezamotali.

A vy sám ještě učíte?

Klasické žáky už moc nejezdím. Nemůžu totiž garantovat zákonných dvacet osm hodin, když přede mnou stojí natáčení nebo školení. Zato dělám firemní školení řidičů a jezdím také se staršími dámami, které se vracejí za volant třeba po manželově odchodu nebo nemoci. S nimi musíte jednat v rukavičkách. Ale když mi pak paní napíše, že bezpečně dojela na chatu, je to pro mě malá výhra.

Vím, že vaše maminka také podnikala a že pro vás byla vzorem.

Maminka byla nejlepší podnikatelkou, kterou jsem znal. V devadesátkách si otevřela provozovnu a vždycky mi ukazovala konkrétní příklady. „Vidiš, ten si koupil BMW měsíc po otevření a do roka skončí. Není pokorný.“ Tahle věta mi zůstala. Otec uměl při řízení ječet, takže když učil maminku, často to končilo slzami. A to je i zkušenost hodně mladých slečen, které z autoškoly odcházejí s brekem. Máma mi jednou řekla: „Bud' na ně hodnej.“ Tuto mantru si držím dodnes.

Na začátku mě to ale stálo jednu důležitou lekci. Pracoval jsem od šesti ráno do deseti večer. Byl jsem vyštavený a začal jsem si to vybíjet na žácích. Jedna slečna se mi zpětně





ozvala, že jsem na ni byl zlý. Ještě ten večer jsem za ní jel s kyticí a omluvil se. Řekla mi, ať trochu zvolním.

Od té doby vím, kde mám hranici. Do autoškoly nemusí žáci chodit zrovna šťastní, ale určitě musí být v pohodě. Pokud se třesou strachem, je to špatně. Já mám v autě dva pedály a kdykoli můžu jízdu zastavit. Není žádný důvod křičet.

Jak vnímáte aktuální stav českých silnic?

Češi přejedou hranice a najednou se ze Švejků stanou spořádaní řidiči. V Rakousku vám přijde pokuta a zaplatíte ji bez licitování. U nás zkoušíme, co nám projde. Sankce jsou slabé a vzdělání skoro chybí. BESIP měl kdysi krásné kampaně „Nemyslíš - zaplatíš!“, jenže ty už dnes nikde nevidíte. Já podobné věci tlumočím lidem jejich řečí, tedy bez odborných výrazů.

Řidičák je dnes podle mě silnější dokument než maturita. Stát toho využívá. Když chlap neplatí alimenty, sáhne se mu na řidičák. Když přijde stáří, vezme se mu taky. Bez řidičáku se hlavně mužům může sesypat celý svět. Proto to vzdělání potřebujeme. Já se snažím dělat to, co dnes ve veřejném prostoru nikdo jiný v takovém rozsahu nedělá.

Co vás vlastní byznys naučil?

Víte, moje firma je jiná. Tým mám postavený z táborníků, protože jsem léta byl hlavní vedoucí na táboře. Mé dnešní asistentky k nám chodily jako děti. Když vyrostly, vzal jsem je do firmy. Žádné výběrové řízení, žádné životopisy. Prostě pokus-omyl. Ve třiceti jsem si dodělal vysokou školu, obor marketing a management, ale upřímně řečeno, manažerské dovednosti se mi v praxi nikdy nevyplatily. Učili nás liniový a střední

management, jak plánovat a kontrolovat. To u mě ale nefunguje. Jdu od srdce a přes intuici.

Můžu vzpomenout období covidu. Většina autoškol měla zavřeno a kolegové plakali na sociálních sítích. Já jsem popadl notebook a chodil s ním po lese. Otevřel jsem si ho na pařezu a vysílal žákům online teorii. Mezi hodinami jsem si na ohništi opékal buřtu. S žáky jsem tak pořád zůstal v kontaktu a když se autoškoly opět otevřely, pokračoval jsem v nastoleném rytmu a před ostatními měl obrovský náskok.

A co vás podnikání naučilo v osobním životě?

Nejvíc mi asi dalo bolavou lekci v oblasti přátelství. Přátele, ze kterých se stanou zaměstnanci, najednou vidíte v jiné pozici a oni vás taky. Šéf je vždycky pro zaměstnance ten, kdo má v něčem nepravdu. Pamatuji si, že jsem jednou v životě řekl, že jako majitel firmy jsem stále uvedený já a teprve až tam bude viset kolegovovo jméno, může si dělat, co chce. Tato ztráta lehkosti mezi mnou a lidmi, které mám rád, je nejtěžší věc, se kterou jsem se ve své firmě smířoval.

Váš manažerský styl je opravdu neobvyklý. Co je pro vás nejdůležitější?

Pokora. Jsme všichni z jednoho masa a všichni jednou skončíme v krabici dva metry na půl metru. Nic si odsud nevezmeme. Mi dnes říkají dopravní expert, ale doma chodím ve stejných teplákách jako kterýkoliv jiný chlap. Nemám Lamborghini, vilu ani bazén. Mám malý domek v Kolovratech, kde si sekám dřevo a topím v krbových kamnech. Ne proto, že bych nemohl mít víc, ale protože mě tohle naplňuje.

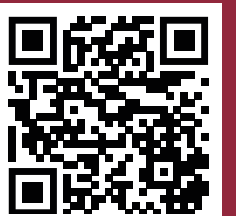
S batůžkem jsem procestoval Karibik s jednou kreditní kartou a limitem

dvacet pět dolarů na den včetně ubytování a jídla. Žádné Lambo vám takový zážitek nenahradí. Firmy mi nabízejí vysoké honoráře a já někdy řeknu, ať místo peněz pošlou svůj produkt. Letos v květnu jsem byl v Norsku v karavanu firmy Adria za to, že jsem jim natočil video. Toto je můj byznys model.

Odlišuje vás ještě něco od ostatních podnikatelů?

Nestydím se svěřit zaměstnancům. Když jsem rozčarovaný nebo když jsem před lety v rodině řešil úmrtí, šel jsem za týmem a vykecal jsem se. Není to slabost. Tito lidé s vámi tráví víc času než kdokoli jiný a obě strany ocení, když si budete rozumět i lidsky. Firma se nestaví shora, ale zdola.

Pavle, děkuji vám za rozhovor.



www.instagram.com/autoskolaking

Londýn, kde se byznys mění v přátelství

VIP Networking
Czech Cool Trade
v Londýně



Instagram CCT

Jsou cesty, které skončí návratem domů. A pak jsou cesty, které pokračují ještě dlouho poté. V nových obchodních partnerstvích, přátelstvích i vzpomínkách, které člověk nečekaně vytáhne i po letech. Přesně takový byl VIP Networking Czech Cool Trade v Londýně.



Londýn patří mezi světová centra obchodu, financí i inovací. Přesto to nejcennější, co si jeho návštěvníci odváželi domů, nebyly fotografie ikonických památek ani zážitky z vyprodaných stadionů. Byly to vztahy. Takové, které vznikají jen tehdy, když mají lidé čas jeden na druhého.

Domov uprostřed anglického klidu

Naším domovem se na několik dní stala luxusní vila v Theydon Bois, jedné z nejkrásnějších rezidenčních oblastí na okraji Londýna. Malebná anglická vesnice s elegantními domy, upravenými zahradami a sousedstvím legendárního Epping Forest vytvořila ideální kulisu pro několik dnů plných inspirace.

První společná večeře nemohla být britštější. Na stole nechyběla tradiční Fish and Chips. Ve sklenkách postupně přibývalo víno i prosecco, jeden příběh střídal druhý, smích se rozléhal celou vilou a z lidí, kteří se ještě před několika hodinami téměř neznali, se stávala parta přátel. Byl to jeden z těch večerů, kdy si člověk přeje jedině. Aby nikdy neskončil.



Westminster a Stamford Bridge

Druhý den jsme připili sklenkou prosecca na další společné zážitky a vydali se do Westminsteru. Oběd v legendárním The Red Lion, konkrétně v proslulé Cabinet Room, připomněl historii místa, kde po generace zasedali britští politici a kde se podle tradice rodila významná rozhodnutí Spojeného království.

Po procházce St. James's Parkem a zastávce u Buckinghamského paláce přišel okamžik, na který se těšili snad všichni. Zápas Ligy mistrů Chelsea FC proti FC Barcelona na Stamford Bridge. Atmosféra nově zrekonstruované hospitality části stadionu byla výjimečná a vítězství Chelsea 3:0 proměnilo krásný večer v nezapomenutelný zážitek.



Česká ambasáda a druhý fotbalový svátek

Další den patřil Kensingtonskému paláci a následně návštěvě Velvyslanectví České republiky v Londýně. Jednání se zástupci ambasády a s velvyslancem Jeho Excelencí Václavem Bartuškou nabídlo inspirativní pohled na příležitosti českých firem ve Spojeném království. Večer pak uzavřel další zápas Ligy mistrů mezi Arsenalem a Bayernem Mnichov.

Borough Market a kouzlo adventního Londýna

Poslední společný den začal na Borough Marketu. Vůně čerstvého pečiva, ústřic, grilovaných krevet i belgické čokolády vytvářely neopakovatelnou atmosféru. Největší pozornost poutaly čerstvé jahody namáčené přímo před návštěvníky do horké belgické čokolády.

Procházka podél Temže až k Tower Bridge, zastávka v útulné kavárně, večerní panorama ze Sky Garden se sklenkou prosecca, vánoční trhy na Leicester Square i slavnostně vyzdobená čtvrt Mayfair ukázaly Londýn v jeho nejkrásnější podobě.

Závěr

Na první pohled šlo o několik dnů plných cestování, fotbalu a poznávání britské metropole. Ve skutečnosti ale vzniklo něco mnohem cennějšího. Důvěra. Nová přátelství. Nové obchodní příležitosti. Czech Cool Trade znovu potvrdil, že nejlepší byznys nevzniká u prezentací ani za monitorem. Vzniká mezi lidmi, kteří spolu sdílejí skutečné zážitky.



OD NÁBYTKU KE KOMPLEXNÍM SLUŽBÁM. ENPF MÍŘÍ K MILIARDOVÉMU RODINNÉMU HOLDINGU.

ENPF za poslední rok přerostlo definici truhlářské firmy. Tomáš Prause a David Damek dnes se svým ostravským týmem nevybavují jen kuchyně a nábytek na míru, ale kompletní developerské projekty od interiérů přes marketing až po prodej jednotlivých bytů. Loni firma dosáhla obratu sto milionů korun a oba společníci dnes mluví o cestě k miliardovému rodinnému holdingu. S Tomášem a Davidem jsme se bavili o tom, jak se za rok proměnilo jejich sídlo a tým i o jejich nejnovějším konceptu dodávky na klíč pro developery.





Pánové, jak se za poslední rok proměnilo vaše zázemí a tým?

David: Pořádně jsme se zabydleli v našem sídle a srdci společnosti na Slezské Ostravě. Zlepšili jsme podmínky pro zaměstnance, ať jde o vozový park, dílnu nebo kanceláře. Máme hotový showroom, který je navíc hned vedle dílny, takže když k nám přijdou klienti nebo partneři, rovnou se podíváme i do výroby a ukážeme jim, jak naše produkty vznikají. V showroomu i hodně natáčíme a tvoříme spoustu marketingového obsahu.

Zároveň jsme stabilizovali tým. Rozdělili jsme, jak se říká, zrno od plev, a jsem hrdý na to, že někteří kolegové jsou s námi od začátku dodnes. Dává nám to pocit, že tu práci děláme dobře.

Tomáš: Posunuli jsme se i na poli marketingu. Držíme se trendů a kontinuálně nám roste dosah na sociálních sítích. Máme za sebou spoustu skvělých spoluprací i v rámci B2B, kde jsme pomáhali růst firmám kolem nás a navázali jsme hned několik opravdu významných partnerství.

Máte pobočku v Příbrami, jaká je situace tam?

David: Příbram je naše první pobočka mimo Moravskoslezský kraj a zatím krásně vzkvétá. Zatímco loni jsme na ni dohlíželi sami, dnes se o ni stará několik členů našich rodin, kterým plně důvěřujeme. Je to pro nás i zado-stiučinění, protože výsledky nejsou jen o financích a růstu, ale i o tom, že čím dál víc blízkých našemu byznysu důvěřuje a líbí se jim naše cesta.

Tento týden (rozhovor vznikl v polovině června) jsme navíc podepsali smlouvu na druhou halu v Příbrami. Chceme našim klientům v Praze a Středočeském kraji dodávat kvalitní služby v dohodnutých termínech, proto posilujeme capacity.

Nejvíce jste se však posunuli v rámci samotných služeb. Víte, že nabízíte komplexní řešení pro developery. Co přesně to znamená?

David: ENPF se dnes transformuje podobně jako celý trh. Jak říkáte, neděláme „pouze“ kuchyně a nábytek na míru. Jsme řešení developmentu a interiéru na klíč. Dodáváme kompletní zabezpečovací systémy, chytré domácnosti, stínící technologie i úpravy stěn. Aktuálně k nám například nastupuje specialista na moderní betonové stěrky. Nejen pro developery, ale také pro koncové zákazníky to znamená, že nemusí spoléhat na více dodavatelů.

Tomáš: Skvělým příkladem je rezidence Kamenec ve Frýdku-Místku, jeden z našich velkých úspěchů za poslední rok. Je to developerský projekt s padesáti čtyřmi bytovými jednotkami, rozdělenými do šestadvaceti řadových a osmadvaceti rodinných domů. Dnes je takřka kompletně vyprodaný.

Interiéry jsme vybavovali od svítidel přes designové úpravy stěn až po kompletní nábytek a dotáhli jsme to do takového detailu, že jsme klientům nabídli i takzvanou službu se zubním kartáčkem. Lidé se tak mohou nastěhovat jen s taškou svých věcí, protože i skříně jsou vybaveny ramínky. Inspirovali jsme se Španělskem, kde je tato úroveň služby u velkých developerských projektů úplně běžná.

Zároveň jsme na Kamenci tvořili spoustu obsahu a pořádali eventy včetně kulinářských show. Vytvořili jsme tam kulturu a místo, kam se lidé rádi vraceli, což nám pomohlo projekt zviditelnit a urychlit prodej.

Jak tato komplexní služba pomáhá developerům z byznysového hlediska?

Tomáš: Nemusí řešit samostatně marketingovou agenturu, eventovou agenturu ani kompletaci interiéru. My to převezmeme jako balíček a často přerosteme i jejich vlastní marketingové oddělení. Jsme totiž velmi proaktivní a neustále chodíme s novými nápady a záměry. V takové spolupráci vidíme potenciál pro obě strany – zviditelníme projekt a je to win-win pro naši značku i značku developera.

David: Naším řešením developer nezískává jen vybavené byty, ale projekt s vyšší vnímanou hodnotou. Promyšlený interiér a profesionální prezentace mu umožní obhájit vyšší cenu za metr čtvereční a už zvýšení o několik tisíc korun na metr může u jedné jednotky znamenat stovky tisíc korun navíc. Pro developera přitom nejde o náklad navíc – náklady na vybavení se promítnou do konečné ceny, takže je to investice s jasnou návratností.

Pro koncového klienta je zároveň mnohem snazší rozhodnout se, když nevstupuje do prázdného bytu, ale do hotového prostoru, ve kterém si dokáže představit vlastní život. Několik developerů nám zpětně potvrdilo, že kdyby tento přístup zvolili ještě před zahájením prodeje, mohli své projekty prezentovat atraktivněji a prodávat je za vyšší cenu.

Zmiňujete zpětnou vazbu od developerů.

Kde vidíte mezery v tom, jak své projekty prezentují?

Tomáš: Dnes už nestačí postavit hezký bytový dům. To dokáže téměř každý. Rozhoduje, jak projekt odlišíte od konkurence a jaký příběh kolem něj vytvoříte. Právě proto propojujeme interiér, marketing i zážitek zákazníka do jednoho celku. Developer získává projekt, který se na trhu lépe odliší, a koncový klient zase pocítí, že nekupuje jen byt, ale kompletní životní styl.

David: Naším cílem není dodat jen nábytek. Chceme být partnerem, který pomůže zvýšit atraktivitu projektu, urychlit jeho prodej a zjednotit práci celému týmu developera.

Realizujete projekty i za hranicemi Moravskoslezského kraje, případně v zahraničí?

David: Ano, máme zajímavé realizace napříč Evropou a tento směr nás čím dál víc baví. Realizovat interiér luxusního apartmánu s pohledem na moře byl pro nás v tomto roce jeden z nejhezčích zážitků a hodně nás to posunulo. Komu by se takové projekty nelíbily.

Co se týče Česka, tak díky pobočce a hale v Příbrami jsme aktivní hodně v Praze a Středočeském kraji. Ale realizujeme i v dalších krajích, aktuálně například ve Dvoře Králové, v okolí tamní zoo a safari, kde jsme zařizovali byty a hotelové pokoje kompletním servisem, podobně jako na Kamenci.

Tomáš: Naším cílem je realizovat takových projektů čím dál více po celé republice i v zahraničí. Dnes už to vnímáme spíše jako výzvu a chceme

se pouštět do projektů, před kterými jiní raději utíkají.

Kam dále plánujete růst po stránce týmu a technologií?

David: Posilujeme poradenství a prodej, nabíráme nové obchodníky a designéry. Do všech našich kolegů aktivně investujeme a posíláme je na školení, aby znali nejnovější trendy ve své specializaci. Pokud chceme klientovi dodat to, co potřebuje, za rozumnou cenu a v tom nejlepším možném řešení, musí naši lidé ovládat nové postupy a technologie.

Tomáš: Chceme být firma, která jde v čele oboru, ne která jen kopíruje to, co už udělali ostatní. Poslední dobou nás hodně zajímá umělá inteligence a digitalizace. Chceme propojit svět IT a tradičního řemesla, myslím si, že toto spojení je nevyhnutelné.

David: Díky digitalizaci dnes pracujeme s moderním CRM systémem na klíč, který firmu řídí mnohem jednodušeji, než když jsme to dřív dělali v Excelu a na papíře. Například mi to umožnilo vrátit se k tomu, proč jsem truhlářinu vlastně začal dělat, totiž ke konkrétní realizaci projektů. Letos jsem tak kompletně projektově vedl víc zakázek, než v uplynulých letech dohromady. Provoz firmy stojí na vlastních nohou, máme vybudovanou strukturu řízení, takže jsem si to mohl dovolit.

Mluvíte o výzvách a projektech, do kterých se jiní nepouští. Platí to i pro vaše čísla? Loni jste mluvili o stomilionovém obratu.

Tomáš: Ano, toto číslo jsme loni pokořili. Ale úplně narovinu? Stomilionovou firmu dnes dokáže vybudovat

kdekdo. Je to o tvrdé práci a velkém odhodlání. Ale přerod do miliardové firmy už vyžaduje ustálené procesy a tým, který drží pohromadě. A ten nejlepší tým je často právě v rodině, protože tam je přirozená důvěra a loajalita. To jsou silné základy, na kterých můžete stavět.

David: Tomáš má pravdu, ale rozhodně to není zadarmo. Loni jsme si mysleli, že jsme na pokraji sil. Letos jsme si mysleli to samé, ale zjistili jsme, že naše dno je vlastně úplně jinde, než jsme čekali. Když si myslíte, že už opravdu nemůžete, zjistíte, že to, co jste dříve považoval za dno, byl ve skutečnosti jen start. Podnikání vždy bylo, je a bude psychicky i fyzicky náročné a nás poslední rok posunul o velký kus dále.

Co stojí za vaším pracovním nasazením, když oba říkáte, že podnikání je psychicky i fyzicky náročné?

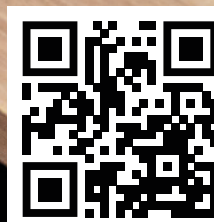
Tomáš: Z velké části určitě naše ženy a rodiny, mám dvě krásné děti a David tři. Když nepracujeme, jsme s nimi. Bez jejich podpory bychom nebyli tam, kde jsme.

David: Bez rodiny bychom ten drive asi vůbec neměli. Po těžkém dni v práci může být náročné dát stejnou energii i dětem a třeba jejich kroužkům, ale je to nedílná součást celé skládačky. Po všem tom shonu je právě rodina to, co dává všemu smysl.

Pánové, děkuji za rozhovor a přeji, ať je tento rok minimálně stejně úspěšný jako ten loňský.

ENPF

KUCHYNĚ A NÁBYTEK



www.enpf.cz

Dotace jako strategický nástroj: Jak financovat růst a nespálit se v administrativě

Růst firmy dnes nestojí pouze na skvělém produktu, silném obchodním týmu nebo kvalitní službě. Stále větší roli hraje schopnost manažerů strategicky plánovat investice, předvídat trendy a efektivně využívat externí nástroje. Jedním z těch nejsilnějších, a často nejvíce nepochopených, jsou dotace.

Pro řadu podnikatelů a CEO představuje dotační prostředí nepřehlednou džungli plnou striktních pravidel, byrokracie, neúprosných termínů a odborných pojmů. Výsledkem je, že se raději drží zpátky. Přitom správně zacílená dotační podpora je v mnoha případech zásadním impulzem pro modernizaci provozu, digitalizaci, robotizaci, expanzi na zahraniční trhy nebo transformaci lidských zdrojů.

V Czech Cool Trade proto dotační poradenství nestavíme jako izolovanou službu, ale jako klíčový akcelérátor byznysu. Naším cílem je, abyste získali prostředky na své strategické cíle, aniž by to paralyzovalo vaše interní kapacity.

Strategie má přednost před aktuální výzvou

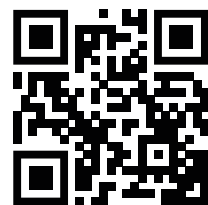
Zkušenosti z trhu ukazují jasný vzorec: nejúspěšnější dotační projekty nevznikají ve chvíli, kdy firma pouze reaktivně odpovídá na zrovna vyhlášenou výzvu. Takový přístup je často investiční pastí. Ty nejlepší projekty se rodí tam, kde má management jasnou dlouhodobou vizi, ví, kam chce firmu posunout, a teprve poté hledá optimální způsob, jak tento rozvoj zvenčí dofinancovat.

Ať už plánujete nasazení nových technologií do výroby, automatizaci interních procesů, účast na klíčových zahraničních veletrzích, nebo energetická opatření s rychlou návratností, každý takový záměr má dotační potenciál. Musí být ale správně uchopený, přesně načasovaný a v souladu s tvrdými byznysovými daty.

V tom spočívá naše role v rámci Poradenských služeb CCT. Pomáháme majitelům a jednatelům firem rozlišit, která příležitost má pro jejich podnikání reálný smysl, jaký program je pro daný záměr skutečně efektivní a jak projekt nastavit tak, aby přinesl maximální návratnost.

Aktivní monitoring s garancí a přímý kontakt s úřady

www.cct.cz
Dotace pro podnikatele



Dotační trh se neustále mění. Nové výzvy přicházejí v různých vlnách, regionech a s odlišnými specifiky. Pro plně vytížené manažery je časově neudržitelné tyto změny sledovat, vyhodnocovat a filtrovat to podstatné.

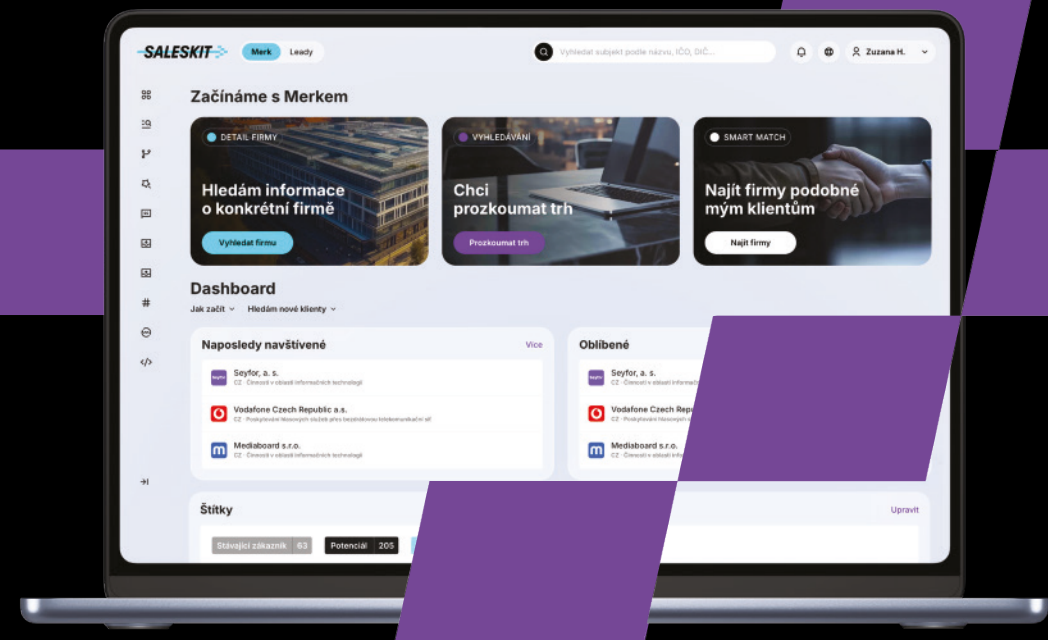
Neztrácejte čas papírováním a neustálým hlídáním termínů. Stavíme na aktivním dotačním monitoringu, který přizpůsobujeme na míru oboru a dynamice vaší společnosti. Naším klientům dáváme stoprocentní garanci, že nepřijdou o žádnou dotační příležitost, která je pro jejich rozvoj relevantní. Sledujeme trh za vás, takže můžete klidně spát s vědomím, že vám žádný klíčový dotační titul neuteče.

To, co nás zásadně odlišuje a co tvoří naše klíčové know-how, je schopnost efektivně vyjednávat. Jdeme přímo ke zdroji, zajišťujeme kompletní jednání s ministerstvy a dalšími úřady, které dotace poskytují. Známe jejich metodiku, víme, jak uvažují, a dokážeme pro váš projekt vyjednat ty nejlepší možné podmínky a obhájit i v těch nejsložitějších fázích schvalovacího procesu.

Jakmile se objeví validní příležitost, přebíráme kompletní management: detailně posoudíme záměr, ověříme splnění základních podmínek a prověříme, zda plánované výdaje přesně odpovídají pravidlům.

Dotace zkrátka nesmí být administrativní zátěž, ale čistým palivem pro váš byznys.

SALESKIT



Připraveni posunout svůj business?

Nástroj pro B2B obchod, který mění data ve výsledky.

Vyzkoušejte na 14 dní zdarma
Zadejte kód na www.saleskit.com

Váš kód
SLSKT14



Digitalizace není jen cíl, ale důsledek zdravého rozumu

Digitalizace je v českých firmách často jako Yetti – každý o ní mluví, ale málokdo ji skutečně viděl v efektivní praxi. Karel Smetana, majitel společnosti SM-DATA, spolu se svým kolegou Petrem Jelínkem v otevřeném rozhovoru varují, že nasazení umělé inteligence na procesní chaos vytvoří pouze „megachaos“ a interní zmatky.

Jak jim efektivně předcházet?

Pane Smetano, své podnikání jste začal poněkud netypicky: v roce 1991 jste šel na volnou nohu jako samostatný účetní. Od té doby se svět k nepoznání změnil. Co bylo ve vaší kariéře a podnikatelské cestě v SM-DATA tím největším technologickým zlomem?

Karel Smetana: Byla to cesta od papíru k serverům a dál. Zásadní moment nastal v roce 2008, kdy jsme v SM-DATA přešli na programy umístěné na serveru, ke kterému se přistupovalo vzdáleně. Další velký skok přišel v roce 2014, kdy jsme se kompletně přesunuli do profesionálního datového centra. Dnes už jsme v podstatě v cílové rovině. Završení naší cesty k digitalizaci bude znamenat projekt „Alžběta“, který jsme podali letos v únoru. Ten má za cíl dokončit totální digitalizaci všech interních procesů i obsluhy naší klientely. Počítám, že do roka u nás neuvidíte ani poslední papírovou přijatou fakturu.

O digitalizaci dnes mluví každý. Vy naopak často zdůrazňujete, že lidé si pletou pojmy.

Karel Smetana: Přesně tak. Je to jako s Yettim – každý o něm mluví, ale nikdo ho nikdy neviděl. Ve většině firem, kam přijdeme, nejdříve narazíme na chaos v procesech. Moje základní myšlenka je, že dokud nemáte v pořádku procesy, můžete o digitalizaci jen snít. Pokud totiž na nepořádek nasadíte umělou inteligenci, výsledkem bude, pardon za to, jen „megabordel“. Lidé musí přesně vědět, co mají dělat v každém okamžiku firemního procesu. Například musí být jasné, co se má dít v momentě, kdy přijde faktura. Postup musí být jednotný, s navigujícími kroky, které se nedají obejít, a bez jakýchkoliv výjimek.

Když už zmiňujete AI, hodně lidí v účetním oboru má strach z budoucnosti. Vy ale působíte velmi klidně...

Karel Smetana: Jsem optimista, protože digitalizace je důsledek zdravého uvažování člověka. AI u nás vidíme jen jako asistenci, která musí být pod přísnou kontrolou. Nemůžete ji nechat volně hledat na internetu, protože ten je z 60 % plný blbostí. AI musí čerpat z verifikovaných zdrojů. Účetní se proto nemusejí bát o práci, protože se změní jejich náplň – přestanou být pouhými přepisovači a stanou se z nich datoví analytici.

S digitálními daty přichází i obrovská zodpovědnost za jejich bezpečnost. Jak to řešíte u vás?

Karel Smetana: Jsme v podobné roli jako dobří finanční makléři – uvědomujeme si, že pracujeme s cizím majetkem, tedy s daty, a nesmíme je ztratit. Většina lidí si uvědomí hodnotu dat, až když jim počítač zhasne a zjistí, že ta šachta pro CD disk na archivaci tam nebyla pro nic za nic. My za to, aby naše systémy běžely, byly zabezpečené a plně aktualizované, platíme externímu datovému centru a našemu IT oddělení velmi významnou částku ročně. Bez této investice do jádra bezpečnosti a ochrany dat na našich vzdálených serverech i na počítačích v našich kancelářích bychom nemohli efektivně fungovat.

Petře, vy máte přehled o konkrétních číslech. Jak se digitalizace projevuje v každodenní praxi u vašich klientů?

Petr Jelínek: Aktuálně spravujeme 389 subjektů a díky tomu, že máme data v pořádku, dokážu na jakýkoliv dotaz odpovědět v řádu sekund. Kdybychom měli 400 papírových výsledovek, trvalo by mi hodiny je

sečíst; takhle to vidím ihned. Naše synergie spočívá v tom, že o jednoho klienta se u nás starají minimálně tři lidé – finanční účetní, mzdová účetní a daňový poradce. Interní účetní v běžné firmě nemá šanci obsáhnout všechna školení a legislativní změny v takové šíři. My v týmu máme i auditory, právníky či soudní znalce, takže v rámci skupiny jsme mnohem silnější.

Zaujala mě vaše služba účetní pohotovost. To zní skoro jako záchranka pro firmy.

Petr Jelínek: Tak to v podstatě je. Pomáháme tam, kde je kritický výpadek. Teď například ve Zlíně ve firmě s obratem 670 milionů odešla účetní a my jsme tam nastoupili, abychom situaci stabilizovali a zaučili novou kolegyni. Nebo jiný případ: Účetní musel na operaci kyčle a byl by tři měsíce mimo kancelář. My jsme ho zastoupili a on se vrátil k aktuálnímu stavu, místo aby musel přebírat hory papírů a dobíhat termíny. Finanční úřad nezajímá, že nemáte účetní, termíny se musí plnit. Proto firmám pomáháme překonat tyto vypjaté stresové situace.

Pane Smetano, radíte firmám i v otázkách strategie a prodeje. Jak připravit firmu na nového majitele?

Karel Smetana: To je moje královská disciplína. Pokud chce někdo firmu prodat, musí vypadat a ve finále i být „bohatou nevěstou“. Často radíme firmu takzvaně rozříznout – oddělit například nemovitosti od samotné výroby. Pro majitele je to sice jedno IČO navíc, ale prodejní šance se tím dramaticky zvyšují. Přejde investor, který chce jen výrobu, a majiteli zůstanou prostory, které mu pak formou pronájmu zajišťují krásné přilepšení k důchodu. Odborně se tomu říká „diversifikace rizik“. V principu se jedná vždy o nějakou obměnu





oddělení majetku od rizika, které z podnikání vyplývá.

Petře, zmínil jste, že někteří noví klienti k vám přicházejí ve velmi zbědovaném stavu. Jak taková záchrana firmy v praxi vypadá?

Petr Jelínek: Někdy k nám klienti přijdou obrazně řečeno „dotrhaní jako psi“. My je u nás musíme postavit na nohy, což v případě náročných a zanedbaných zakázek znamená klidně i roční investici našeho času, než se vše podaří stabilizovat, naladit procesy a k nim lidi, tak aby vše směřovalo k efektivitě a výsledovatel-

nosti trendů z dobře strukturovaného účetnictví. Je to náročná práce pod tlakem a ve stresu, která se často neobejde bez pracovních sobot a nedělí, aby se stihly všechny „pokutované“ termíny a statutární audity a mnohdy se zvrátily i nezdravé trendy v podnikání.

Karel Smetana: V takových situacích se v účtárnách často setkáváme s lidmi, kteří nás krmí výmluvami, že něco nejde nebo že mají moc práce. Moje nejoblíbenější věta je právě „To nejde“ – v tu chvíli si беру druhou židli, sedám si k nim a říkám: „Pojďme se bavit o příčinách, proč se ti zdá, že to nejde.“ Mnohdy je to jen o nesoučinnosti lidí a špatně nasta-

vených posloupnostech ve firemních procesech. Díky našim zkušenostem se v cizí účtárně zorientujeme velmi rychle a poměrně rychle identifikujeme místa, kde je skutečný problém.

To je dosti přímočarý přístup. Jak se tato vaše filozofie slučuje se světem velkých korporací, které jsou také vašimi klienty?

Karel Smetana: V korporátech je problém v tom, že tam chybí skutečný vlastník a jeho tlak na efektivitu. Místo něj se tam setkávají zaměstnanci se zaměstnanci. Část našich výdělků paradoxně plyne z toho, že alibističtí manažeři v těchto firmách se bojí co-

koliv rozhodnout. Aby měli v případě neúspěchu na koho ukázat prstem, raději si objednájí drahou expertízu, než aby věc řešili na operativních poradách, které by trvaly jen pár minut, a pak ihned rozhodli. Jako zářný protiklad tohoto nešvaru dávám společnost Bauhaus, která má obrat jen v ČR v miliardách korun, ale nemá v podstatě žádné nesmyslné funkce a složité řídicí struktury, kde nikdo neví, co vlastně dělají. V Bauhausu mají jen jedinou uvolněnou funkci, a to je country manager, pak již následuje obchod a účtárna. Vše přitom funguje, jak má.

Nesoustředíte se pouze na audit, ale pomáháte firmám i technicky růst jako implementátoři účetního systému Helios. Co to obnáší?

Petr Jelínek: Máme pro tento účel dedikovaný tým čtyř lidí – hlavního analytika, programátora a konzultanty. Pomáháme šéfům firem, aby spojili svou intuici s konkrétními daty a aby je překotný růst nezlomil. Díky správně nastaveným nástrojům může majitel mít rychlý přehled doslova na jeden klik a okamžitě vidí, kolik se ten den vyfakturovalo, jaké jsou pohledávky, závazky a kolik leží na účtech, což je nutný základ pro efektivní řízení.

Pane Smetano, zmínil jste také pojmy „virtuální asistence“ a „tržiště“. Jak to funguje v rámci vaší klientské sítě?

Karel Smetana: Protože máme vytěžená data v systému dobře strukturovaná, vidíme v nich i údaje, které k samotnému zpracování účetnictví nepotřebujeme – například datum technické kontroly auta. Naše virtuální asistence pak spočívá v tom, že klientovi 14 dní předem zavoláme a upozorníme ho, ať si zajde na STK nebo mu rovnou datum STK pošleme

do jeho elektronického diáře. Navíc se u nás začíná rozvíjet i virtuální tržiště. Když klienti něco potřebují a neví si rady, zavolají nám a my je propojíme s jiným klientem v naší síti, o kterém víme, že danou věc umí dodat. Máme radost z toho, že díky nám klienti mezi sebou obchodují, protože to přirozeně zvyšuje naši prestiž, a navíc nám s jejich obchody roste i počet dokladů a s tím i objem naší práce pro naši klientelu.

Slyším za tím směle plány do budoucna. A když už jsme u té budoucnosti, kdy podle vás skončí éra ručního přepisování a vytěžování faktur?

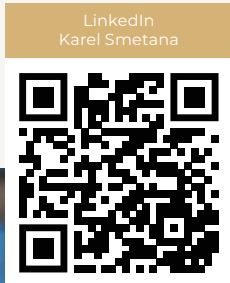
Karel Smetana: Věřím, že nejsme daleko od doby, kdy se úplně škrtne složka vytěžování dat. Cesta vede přes legislativní nařízení, aby software posílal přímo datovou větu v požadované struktuře (příslušná směrnice se již na úrovni EU začala připravovat). Druhý software ji pak jednoduše polkne, automaticky z ní vytvoří přijatou fakturu se všemi nakoupenými položkami a z ní zase ihned vygeneruje příjemku na sklad a vy na celý ten proces už vůbec nebudete muset sáhnout. To bude ten skutečný konec dolování dat z papíru a nám se uvolní zcela ruce pro datovou analýzu a reporting trendů našim klientům na denní bázi. Bude to další zásadní zlom a zde vidím opět nezastupitelnou roli účetního, jako garanta správné a včas dodané informace pro operativní řízení chodu firmy. Umím si představit tu úsporu času!

Petře, kde vidíte budoucnost vašeho oboru v horizontu deseti let?

Petr Jelínek: Musíme se v SM-DATA připravit na novou generaci, na lidi narozené po roce 2000. Jsou to lidé, kteří přemýšlejí úplně jinak. Mají jiný

vztah k rovnováze mezi prací a soukromím a s technologiemi jsou srostlí od dětství. My musíme procesy ve firmách nastavit tak, aby je práce u nás vůbec bavila, protože je nepředěláte na „starý způsob“ práce, oni budou ještě více doma ve využívání a ovládání a rozvoji technologií, které jim připravíme. Budoucnost je také v tom, že budeme partáci, kteří klientům pomáhají nést, jak říkáme, tu jejich těžkou podnikatelskou kárku a budeme také díky našim technologiím mít čas na rychlé reakce na jejich dotazy a podněty.

Děkuji vám oběma za rozhovor.



ŽENA, KTERÁ DALA SVINOVU JEHO NEJS LAVNĚJŠÍ VINÁRNU

PŘÍBĚH ŠTĚPÁNKY LAZAROVÉ A VILY, KTERÁ PŘEŽILA TÉMĚŘ CELÉ STOLETÍ.

Na Bílovecké ulici ve Svinově stojí vila, kolem které denně projdou nebo projedou stovky lidí.

Někteří obdivují její elegantní architekturu. Jiní si ji pamatují jako bývalou pobočku spořitelny. Jen málokdo však ví, že za jejími zdmi se skrývá příběh výjimečné ženy, která zde před téměř sto lety vybudovala jedno z nejznámějších společenských míst své doby.

Příběh Štěpánky Lazarové je současně příběhem podnikatelské odvahy, optimismu první republiky i tragických událostí, které zasáhly Evropu ve 20. století.

KDYŽ SE VE SVINOVĚ RODILY VELKÉ PLÁNY

Psal se rok 1928.

Svinov byl tehdy samostatným a prosperujícím městem, které díky své poloze a železničnímu spojení představovalo důležitou vstupní bránu do průmyslové Ostravy. Právě v této době vzniká projekt reprezentativní vily spojené s restaurací a vinárnou, která měla nabídnout více než jen pohostinství.

Dochované stavební plány a archivní dokumenty dodnes nesou jméno Štěpánky Lazarové. Z nich je patrné, že od počátku nešlo o běžný hostinec ani obyčejný rodinný dům.

Vznikalo zde místo s ambicí stát se přirozeným společenským centrem Svinova.

Součástí stavby byla restaurace, vinárna, soukromé salony i rozsáhlé sklepy určené pro skladování vína a piva. Celý objekt spojoval reprezentativní bydlení s podnikáním a vytvářel prostor, který měl sloužit lidem k setkávání, odpočinku i obchodním jednáním.

Dnes bychom podobný projekt označili za odvážný podnikatelský záměr. Ve své době však šlo především o uskutečnění vize ženy, která dokázala proměnit svůj nápad ve skutečnost.

LAZAROVA VINÁRNA

Po svém otevření se Lazarova vinárna velmi rychle zařadila mezi nejznámější podniky širokého okolí.

Návštěvníci sem nepřicházeli pouze za dobrým jídlem nebo sklenkou vína. Vinárna se stala místem setkávání, kde se vedly dlouhé rozhovory, navazovala nová přátelství, vznikaly obchodní příležitosti a budovaly byznys vztahy, které často přetrvaly dlouhé roky.

Dobové fotografie zachycují elegantní interiér, jehož dominantou byl kulečníkový stůl. Právě kolem něj se odehrávala významná část společenského života tehdejšího Svinova.

Lazarova vinárna byla symbolem optimismu první republiky.

MÍSTO, KDE SE POTKÁVAL ŽIVOT

Dnes už si jen obtížně dokážeme představit atmosféru tehdejšího Svinova. Do města přijížděli obchodníci, cestující, úředníci i podnikatelé z Ostravy a širokého okolí.

Probíraly se zde obchodní plány, aktuální události i běžné starosti každodenního života. Uzavíraly se dohody, budovaly nové vztahy a vznikala spolupráce, která často pokračovala řadu let.

KDYŽ DĚJINY ZMĚNÍ LIDSKÉ OSUDY

Po Mnichovské dohodě se Svinov stal součástí území připojeného k nacistickému Německu.

Právě v tomto období odchází Štěpánka Lazarová do Prahy. Nevíme, s jakými pocity opouštěla vilu, kterou sama vybudovala. Víme však, že svůj domov ve Svinově už nikdy nespatriila.

POSLEDNÍ ZNÁMÁ CESTA

Štěpánka Lazarová se narodila 8. září 1882.

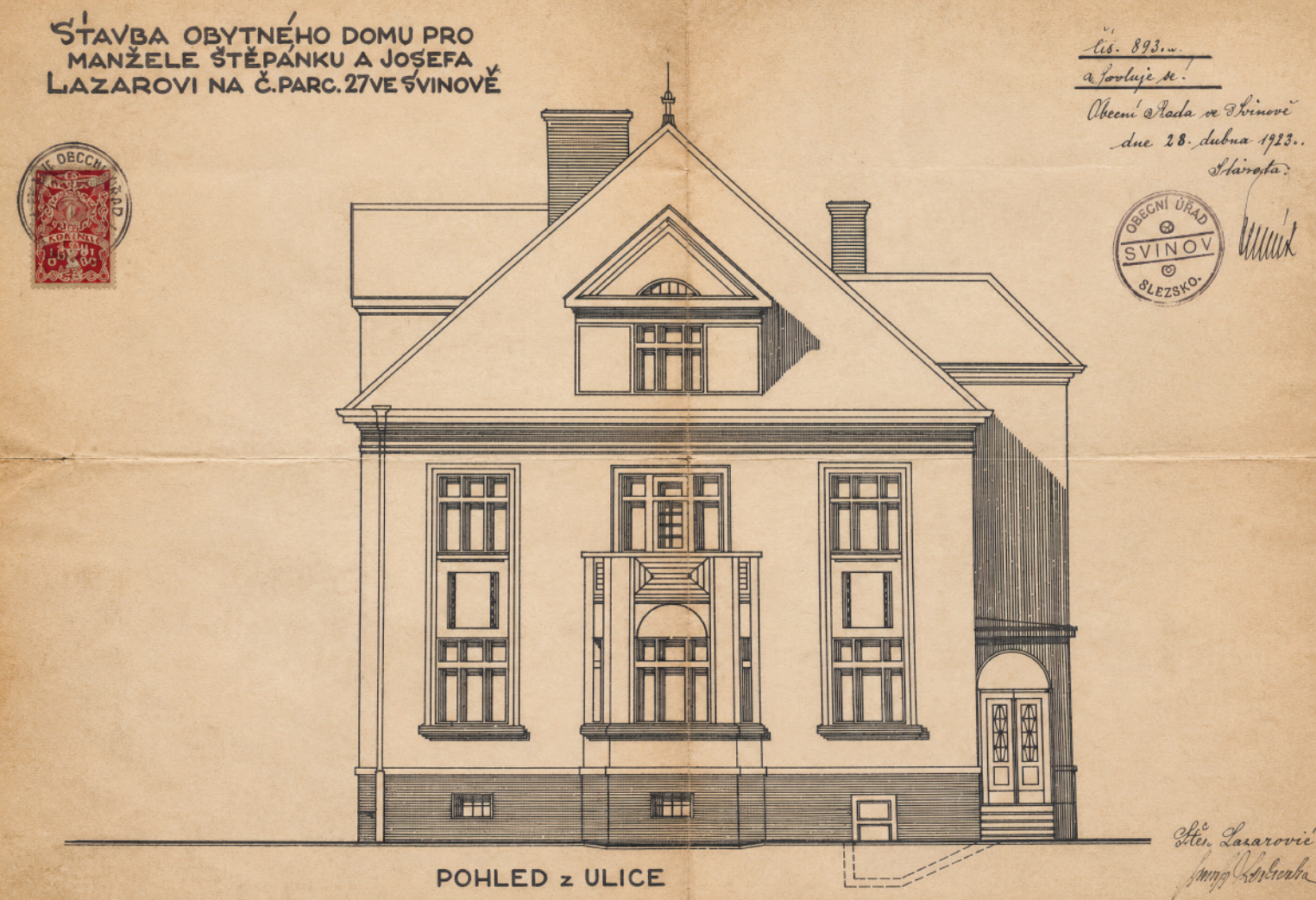
Dne 28. dubna 1942 byla pod číslem 728 zařazena do transportu Ao z Prahy do Terezína. O dva dny později pokračovala pod stejným číslem transportem As z Terezína do polského Zamošče.

Tam její stopa končí.

V databázi obětí holokaustu zůstala po jejím životě jediná stručná poznámka: Zahynula.

Z VINÁRNÝ SPOŘITELNOU

Po válce se příběh rodiny Lazarových do této budovy již nevrátil. Objekt postupně získal nové využití a po dlouhá desetiletí sloužil jako sídlo Okresní spořitelny ve Svinově, později České státní spořitelny a následně České spořitelny.





NOVÝ PŘÍBĚH NA STEJNÉM MÍSTĚ

Dnes vila znovu slouží lidem, podnikání a rozvoji.

Jejím vlastníkem je poradenská společnost Czech Cool Trade, která působí po celé České republice. Pomáhá firmám s dotačním poradenstvím, budováním byznys vztahů a získáváním nových obchodních příležitostí. Součástí jejích aktivit je také mobilní aplikace Connected Cool Trade, která propojuje podnikatele, manažery a firmy napříč Českou republikou a pomáhá jim vytvářet nové obchodní příležitosti a spolupráce.

V uplynulých letech prošla vila rozsáhlou rekonstrukcí, jejímž cílem bylo zachovat její historickou hodnotu a vrátit budově co nejvíce z původního prvorepublikového charakteru. Kompletní rekonstrukci zajistila společnost Stavby Tietz s.r.o. a na ochranu obnoveného objektu byl použit nano nátěr od společnosti NANO4people. Současná podoba vily tak navazuje na její historii a zároveň využívá moderní možnosti péče o budovu.

Tohle je příběh Lazarovy vinárny a Štěpánky Lazarové.

*Podnikání stojí na důvěře.
Stejně tak i kvalitní stavba.*



STAVÍME S JISTOTOU. A DRŽÍME SLOVO.

*Rodinné domy a rekonstrukce
bez kompromisů v kvalitě nebo termínech.*

*Realizujeme rodinné domy a rekonstrukce s důrazem na precizní
provedení, transparentní komunikaci a dodržení smluvených termínů.*

*Každý projekt řídíme systematicky - od přípravy až po předání.
Klientům nabízíme férové cenové podmínky a možnost
výhodného financování prostřednictvím smluvního partnera.*

Protože stavba má být investicí, ne starostí.

STAVBYTIETZ.CZ

Výstavba rodinných domů

Kompletní rekonstrukce

Stavební práce na klíč

stavby
TIETZ.cz

V realitách rozhoduje lokace, v byznysu developmentu též vytrvalost a vliv

V českém realitním prostředí, často svázaném byrokracií a krátkodobým ziskem, představuje společnost Trimex Reality jiný přístup. Od divokých počátků v éře dražeb se vypracovala k projektům, které staví na dlouhodobé vizi, jedinečnosti místa a osobní odpovědnosti. Rozhovor s předsedou správní rady Robertem Švecem ukazuje, že kvalitní development dnes nestojí jen na číslech, ale především na důvěře a reputaci. Nahlédněte proto do jeho kanceláře. Kanceláře, jež tuto změnu nejen reflektuje, ale současně ji i aktivně spoluvytváří.

David Mítáš



**Roberte, jak jste v oboru
realit a developerství začínal?**

Kdybych to měl shrnout jednou větou, řekl bych, že jsem šel od dražebních kladívek k vlastní vizi. Historie Trimex Reality se začala psát v letech 2003 až 2004, ale její základy byly položeny již dříve v realitní kanceláři Sting. Právě tam jsem vedl odnož zaměřenou na komerční nemovitosti a dražby, která se ve své době vypracovala na druhé až třetí místo v objemu dražeb v celé České republice. Rozchod s mým původním působištěm byl dán rozdílnou filosofií, již jsem razil a razím. Cítil jsem, že chci stavět na individuálním přístupu, specializované podpoře a dlouhodobých vztazích. Z této potřeby vznikl Trimex Reality – obchod a jiný typ supportu pro náročné klienty, kteří nechtějí jen transakci, ale též partnera.

**Na trhu jste více než 20 let.
Říká se, že těžké časy
utvářejí silné osobnosti.
Které období bylo pro vás
v tomto ohledu směřodonné?**

Zlomovým momentem, který firmu i mě coby jejího lídra formoval nejvíce, byla finanční krize v letech 2008 a 2009. Region Ostravska se z ní vzpamatoval dlouhých následujících šest let. Zažili jsme tehdy brutální realitu trhu s nemovitostmi: šest měsíců byly naše tržby na nule. Tato éra nám přinesla i trpké vystřízlivění z přístupu velkých bankovních domů. Navzdory rozpracovaným projektům, jako byl například developerský projekt v Hlučíně, nás banky v nejtěžší chvíli odmítly podpořit. Tato zkušenost však vedla k něčemu pozitivnímu – pomohla nám k rozvoji sekundárního byznysu v oblasti krizového managementu a restrukturalizací. Naučili jsme se zbavovat problematické areály miliardových dluhů, kterými byly zatíženy, a transformovat je v prosperující cel-

ky. Příkladem je areál Nad Porubkou, kde se díky dvouletému úsilí podařilo vyřešit dluhy a areál znovu uvést do plnohodnotného života – dnes je to místo, kde Trimex Reality sídlí.

**Znáte ten realitní vtíp?
O úspěchu prodeje i koupě
nemovitosti rozhodují
tři aspekty: Prvním je lokace.
A těmi zbývajícimi lokace a lokace.**

Ano, je to neměnná mantra, kterou jsme dovedli k dokonalosti. Když to vezmu naopak, tak právě špatná lokace je důvodem, proč mnoho projektů na trhu selhává, i když trh jako celek roste. My se proto díváme na lokaci nejen optikou mapy a cenových statistik, ale i očima lidí, kteří tam budou žít a podnikat.

**To zní jako základní pravidlo.
V čem dále spočívá tajemství
vašeho úspěchu?**

Nebojíme se jít i do riskantních investic, pokud v místě vidíme unikátní potenciál. Kupovali jsme nejdražší pozemek v Ostravě za 10 000 korun za metr čtvereční, protože jsme věděli, že ta jedinečnost se vyplatí. Tento přístup se nám vyplatil též u dalšího projektu, Atria na Slezské, dnes známé unikátní dominanty Slezské Ostravy. Původně mělo jít o záchranu starého školského ústavu, ale technologické limity nás dovedly k odvážnému rozhodnutí: demolici a výstavbě moderní eliptické dominanty.

**Krásný splněný sen.
Máte nějaké další směle sny,
které jsou zatím v rovině vizí?**

Vidím velký budoucí potenciál v Paláci Slavíkova. Říkám mu strategický uzel „doslova v papučích“. Je též současně naším vlajkovým projektem v Ostravě-Porubě, jedním z největších polyfunkčních objektů budovaných v regionu za posledních 30 let. Původně mi právě toto místo

přišlo k developmentu nevhodné. Cítil jsem skepsi, protože sousedí s autobusovou vozovnou. Mé obavy ale zmizely, když jsem lokalitu navštívil opakovaně. Postupně se mi před očima skládala jasná vize: Palác Slavíkova, kde si vše obstaráte klidně v papučích. Na jednom místě vznikne pěti věžemi propojené město ve městě, kde najdete moderní bydlení, vkusné kanceláře, retail a unikátní polikliniku s nadstandardní péčí. Na jedné adrese můžete pracovat, bydlet, nakoupit si vše potřebné a zajít k lékaři, aniž byste museli vyjet autem z podzemní garáže. Strategický význam místa umocňuje blízkost škol, bazénu, lesoparku i výborná dostupnost MHD. Bude to adresa, kde bude zajímavé bydlet.

**To zní skutečně nadčasově,
lákavě. Je to váš největší
developerský projekt?**

Jak se to vezme. Za životní dílo pokládám spíše jiný projekt z naší dílny – Velkou Polom. Zde pracujeme od roku 2007 a dalších ještě deset let se bude tato lokalita pod naší taktovkou rozvíjet. Nejde tady jen o výstavbu domů, ale o vytvoření nového centra obce, které v Česku nemá obdoby. Trimex Reality v místě propojuje moderní architekturu s jeho historií. Součástí projektu je citlivá obnova tvrze ze 14. století a sýpky ze 16. století, kde vzniknou restaurace a penzion. Celé území o rozloze přes 100 000 metrů čtverečních bude mít jednotný architektonický rukopis. Chceme tím inspirovat i jiné developery a vymezit se proti tolik běžné „lidové tvořivosti“, která často česká sídla hýzdí. Vizí je vytvořit místo tak unikátní, že se na něj budou jezdit dívat lidé z celé České republiky.

**Je vidět, že novostavby mohou
a mají přispět ke genu loci...**

Je to tak. Při srovnání staré a nové výstavby jsem velmi kritický k by-

tovému panelovému fondu z dob komunismu. Většina těchto domů má padesát a více let a jejich jediná hodnota byla uměle udržována zateplením či výměnou oken. Koncepte těchto domů je urbanisticky i technicky za zenitem. Vstoupíte do paneláku a cítíte tíživou až frustrující atmosféru ze špinavých chodeb a rozbitých schránek. Budoucnost proto patří novostavbám, které nabízejí nejen technologickou vyspělost. Ať už podzemní parkování, suché sklepy, energeticky úsporný provoz, ale také růst ceny nemovitosti v čase. Investice do kvalitní novostavby je podle mě jedinou cestou, jak si majetek uchovat a zhodnotit i za dalších padesát let.

Když se řekne novostavba, představím si nekonečný byrokratický boj. Vnímám to správně?

Ano, to je palčivé téma. Stav českého stavebního práva je žalostný a ve srovnání se sousedním Polskem vychází Česko velmi špatně. Zatímco v Polsku se od nákupu pozemku k prvnímu kopnutí do země lze dostat za šest měsíců, v Česku za stejnou dobu investor často nezíská ani vyjádření od správců sítí. Za dvacet let v oboru žádná zákonná úprava nic nezrychlila, spíše naopak. Poslední novela celý proces místo zjednodušení a větší efektivity ještě více zkomplikovala. Úředníci nám stavějí do cesty další překážky a snaží se na nás, developery, přenést řešení urbanistických a dopravních problémů města, které s našimi nesouvisejí. Místo partnerského dialogu tak často hasíme systémové potíže, které jsme nezpůsobili.

V souvislosti s energetikou často mluvíte o tlaku legislativy. Co tím myslíte?

Problémem je tlak do řešení, která jsou technologicky složitá a eko-

nomicky minimálně diskutabilní. Často nejde o efektivitu, ale o splnění formálních požadavků. Developer má stavět kvalitní domy, ne zavádět řešení, která nejsou ověřená praxí. Jsem pro moderní technologie, pokud dávají ekonomický a provozní smysl. Odmítám řešení, která projekt zatěžují bez reálného přínosu pro klienta. Pragmaticky je snadné si spočítat, že tolik protěžovaná tepelná čerpadla se v bytových domech jejich majitelům ekonomicky nikdy nevrátí. Stejně kritický je můj pohled na fotovoltaiku na střechách těchto domů. Nejekologičtější a nejefektivnější způsobem vytápění je stále plyn, pokud je dům správně zateplen.

Vaše projekty jsou velké a vizionářské. Co je ale skutečným základem firmy?

Navzdory ambicím zůstáváme nohama na zemi. Základem je pro mě náš stabilní tým. Máme v něm lidi, kteří jsou s námi patnáct i více let. To není náhoda ani samozřejmost. Development nevnímám jako sprint, ale jako maraton na deset i patnáct let. Žádná vize by nepřežila první krizi bez loajálního týmu. Cení si dlouhodobých spoluprací, které vytvářejí nejen efektivitu, ale i důvěru. Každý pak dobře ví, jak reagujeme v těžkých situacích. A právě tyto momenty rozhodují o tom, zda firma dlouhodobě obstojí.

Jak se tato filozofie promítá mimo samotné projekty?

Development není jen o metrech čtverečních. Je o prostředí, kde žijí lidé. Proto podporujeme komunitní život – dlouhodobě se angažujeme například u charitativního běhu v Ostravě-Polance nad Odrou, kde bydlím, a dalších lokálních aktivitách. Chceme být přirozenou součástí míst, ve kterých stavíme, nejen investor zvenčí. Týmová stabilita a komunitní vazby jsou dvě strany téže mince. Pokud budujete část města,

musíte být jeho součástí.

V posledních letech vaše firma výrazně posílila komunikaci na síti LinkedIn. Proč zde budujete svůj osobní brand?

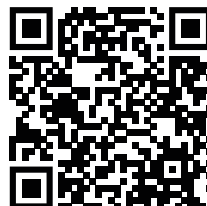
Protože vliv je dnes kapitál. LinkedIn je náš vlastní mediální kanál. Když přijdu na jednání na úřad a lidé vědí, co dělám a jaký mám dosah, jejich přístup se mění – cítí ten vliv. Byznys je dnes více než kdy dříve o jménech, tvářích a důvěře. Reputace není doplněk, ale strategické aktivum, které firmu provází do každého dalšího jednání.

Co vás žene kupředu? Co vás drží i přes všechny různé překážky?

Baví mě vize a možnosti, které jiní nevidí. Trimex Reality nestaví jen domy. Buduje lokality, které mají obstát i pro další generaci. V prostředí složité legislativy a cyklického trhu sázíme na tři konstanty: špičkovou lokalitu, finanční obezřetnost a osobní reputaci. A právě kombinace dobrého týmu, fungující komunity a dlouhodobé odpovědnosti nám dává radost vytrvat i skrz mnohé překážky – a dělat projekty, za které se nebudeme stydět ani za 30 let.

Děkuji za rozhovor.

LinkedIn
Robert Švec



Certifikace podnikatelské kvality CCT



Důvěra, kvalita a odpovědnost
jako základ silného podnikání



Úspěšné podnikání musí vždy stát na pevných a zdravých základech. Skutečná hodnota firmy se pak ukazuje také v tom, jak dlouhodobě jedná se svými zákazníky, partnery, zaměstnanci i okolím. V prostředí, kde se obchodní rozhodnutí často opírají o důvěru, reference a osobní zkušenost, získává kvalita firemního jednání stále větší význam.

Právě proto vznikla Certifikace podnikatelské kvality CCT. Jejím cílem je ocenit společnosti, které staví své podnikání na férovosti, stabilitě, odpovědném přístupu a vysoké úrovni poskytovaných služeb či produktů. Nejde o formální označení, ale o potvrzení hodnot, které jsou pro dlouhodobě zdravé podnikatelské prostředí zásadní.

V Czech Cool Trade vnímáme kvalitu podnikání v širších souvislostech. Nehodnotíme pouze to, co firma nabízí, ale také způsob, jakým vystupuje na trhu, jak přistupuje ke spolupráci, jak plní své závazky a jakou reputaci si dlouhodobě buduje.

Důvěryhodnost, etické jednání, ekonomická stabilita, kvalitní firemní kultura a společenská odpovědnost jsou hodnoty, které mají v moderním byznysu své pevné místo.

Certifikace podnikatelské kvality CCT je proto určena firmám, které chtějí být vnímány nejen jako dodavatel, výrobce nebo poskytovatel služeb, ale jako spolehlivý a kvalitní partner pro další obchodní rozvoj. Pro společnosti zapojené do firemní komunity CCT představuje certifikace také jasný signál, že jsou součástí prostředí, které stojí na prověřené kvalitě, důvěře a dlouhodobé spolupráci.

Význam certifikace zároveň roste právě ve chvíli, kdy se firmy rozhodují, s kým spojit své jméno, komu svěřit důležitou zakázku nebo s kým otevřít nové obchodní téma. Důvěra a vztahy se v podnikání budují postupně, ale právě tyto hodnoty jsou často rozhodující. Certifikace podnikatelské kvality CCT dává této důvěře viditelnou a reprezentativní podobu.

Zároveň jde o ocenění, které má pro firmu i praktický marketingový a obchodní přesah. Certifikovaná společnost může svou podnikatelskou kvalitu komunikovat směrem k zákazníkům, obchodním partnerům i veřejnosti. Posiluje tak svou reputaci, důvěryhodnost a pozici na trhu.

Certifikace podnikatelské kvality CCT tak není pouze potvrzením současného stavu. Je také závazkem do budoucna. Připomíná, že kvalitní podnikání se neopírá o jednorázový úspěch, ale o dlouhodobý přístup, odpovědnost, férovost a schopnost vytvářet hodnotu pro své okolí.

Věříme, že právě takové firmy tvoří základ silného a zdravého podnikatelského prostředí. Firmy, které inspirují, drží své slovo, rostou s respektem a budují vztahy, na kterých má smysl stavět.





4. Dagmar Pyšová (Studio krásy a zdraví Ostrava) 5. David Mitáš (Kreativní studio Mitty) 6. Radovan Čierný (Sebevědomě.cz)
7. Iveta Sigmundová (Aprofes s.r.o.) 8. Gabriel Kožík (IUSTORIA, advokátní kancelář, s.r.o.) 9. David Riedich
10. Kateřina Stalmacher (Živý Jukebox s.r.o.) 11. Michal Hadwiger (Studio CMYK Ostrava) 12. Michal Matulík (Mion Films)
13. Monika Kvapilová (Moni ON AIR) 14. Vojtěch Novotný (Novoteq Digital) 15. Radka Legerská (Copynoty s.r.o.)

16. Juraj Bútora (Shopsys) 17. Petr Lošák (MONTYCON gastro s.r.o.) 18. Libor Kovář (AI inovace s.r.o.) 19. Natálie Kaštovská
(Mateřská škola Paprsek) 20. Jakub Kantor (only business s.r.o. – Kantor One) 21. Jakub Klobáska (ADVOCADO legal)
22. Tomáš Otava 23. Zuzana Rokoszová (Benvenuti) 24. Petr Hrdlička (Merkur Consulting) 25. Roman Tietz (Stavby Tietz s.r.o.)
26. Martina Dospělá (RIGHT INDICADA s.r.o.) 27. Veronika Jankovičová (Domosapiens)

Šedesát jedna hektarů ticha ožívá. Karviná bude brzy mít svůj multisportovní resort

V dáli se nad zelení šedesáti jedna hektarů tyčí silueta opuštěného Dolu Darkov. Sedíme v nádherném vestibulu aktuálně nefungujícího golfového hřiště v Karviné. Celému prostoru dominuje snížená středová zóna s obrovským krbem a právě zmiňovaný výhled na nekonečnou zeleň a bývalou šachtu. Aktuálně je celý areál v klidu, ticho sem tam rozříznou zvuky pracovních nástrojů nebo hlasy z probíhajících jednání. Brzy bude toto fascinující místo plné života návštěvníků nového Lipiny Sport Resort. O tom, co tady vzniká, jsme si povídali s Lukášem Kordou, ředitelem Lipiny Capital Partners.



Lukáši, kde to spolu vlastně sedíme a jak jste se tady ocitli?

Je to vlastně díky šťastné souhře okolností. Před rokem jsme rozhodně neměli v plánu oživovat spící lokalitu o velikosti šedesáti jednoho hektaru. Na podzim jsme ale díky našemu kontaktu začali komunikovat se společností Asental Land o možnostech spolupráce. Byli jsme v pořadí už několikátí ze zájemců, kteří hledali způsob, jak celý resort uchopit, aby měl hezkou podobu a hlavně to dávalo hlavu a patu ekonomicky.

Zkonstatovali jsme, že to nejde (usměje se). Šedesát jedna hektarů golfového hřiště znamená opravdu enormní náklady na údržbu; některé části hřiště jsou navíc ve špatném stavu a je potřeba je znovu zasít. Všechno jsme to s Asentalem řešili a nakonec se dohodli na režimu lease-to-own. Po téměř půlročním jednání jsme podepsali 20. března 2026.

Vše se začíná zhmotňovat a my do projektu jdeme jako Lipiny Capital Partners s partnerem Asental Land. Nájem je pětiletý a do budoucna máme možnost území odkoupit.

Můžete nám ještě přiblížit, co přesně znamená lease-to-own režim?

Lease-to-own neboli nájem s následnou koupí u komerčního areálu je specifická realitní transakce, která kombinuje nájemní smlouvu s opcí na koupi nemovitosti. Pro podnikatele to znamená, že si areál nejprve pronajme a po předem stanovené době (např. 3 až 5 let) má právo nebo povinnost areál odkoupit za dohodnutou cenu.

Děkuji za upřesnění. O hřišti se psalo poprvé v roce 2012. Jaká je jeho historie?

Dnes tady sedíme díky OKD a dalším partnerům, kteří hřiště slavnostně

otevřeli v roce 2012. Já jsem u toho nebyl, ale jelikož jsem pořádal golfové soutěže pro děti a juniory, byl jsem v komunikaci s rodiči a věděl jsem, že místní hřiště je na velmi vysoké úrovni. Byly zde opravdu kvalitní greeny, kvůli kterým zde dojížděli trénovat hráči z kraje. Od počátku to vnímám jako velice kvalitní centrum pro trénink i akademické zázemí pro práci s mládeží.

Druhým pilířem bylo hřiště pro širokou veřejnost, na němž mohli hrát i začínající golfisté bez zelené karty. Princip dělat to opravdu pro každého mě baví. Tehdy bylo hřiště koncipováno vyloženě pro golf, ale zaznívaly hlasy rodičů, ať se prostor využije lépe. My dnes tyto ideje zhmotňujeme a celý koncept rozšiřujeme. Golf tak bude jednou z možností v širším mixu sportů.

Klíčovým partnerem ve startu resortu je skupina Asental Land. Jak vypadá vaše spolupráce a kam ji chcete dovést?

Ano, s Asentalem spolupracujeme od začátku. Naší inspirací je Heipark v Tošovicích, opravdu multifunkční resort pro rodiny s dětmi a volnočasové aktivity. Něco v podobném duchu chceme přetavit i do našeho areálu. Tahle podoba se velmi líbí i Asentalu, proto to vypadá, že se naše spolupráce bude prohlubovat. Navíc Asental Land má sám záměr území revitalizovat, takže i v tomto jdeme za společným cílem. Co se za těch pět let stihne a kam nás to dovede, necháváme otevřené.

Kdo další s vámi do projektu jde?

Stěžejní je pro nás společnost Engelmann, která zajišťuje špičkovou údržbu trávníků. Známe je z Ostravice a z dalších hřišť, kde pravidelně hrajeme, takže víme, že kvalita bude zaručena. Aktuálně jsou navíc v námluvách s John Deere o dodání

technologických inovací pro údržbu. Dalším partnerem je Solid Legal, bez nichž bychom tady dnes neseděli. Zajišťují nám veškerý právní support a hájí naše zastoupení v celém připravovaném odkupu pozemků.

Mezi partnery patří také Zámeček Petrovice. Majitelka, paní Jolanta Burkotová, je opravdu karvinská patriotka. Zámeček zvelebují už nějaký čas, má vyhlášené wellness. Pro ni je naše aktivita vodou na mlýn, protože klientela zámku získá další možnosti vyžití volného času v okolí.

Z pohledu gastru za námi stojí Kofola a co se týče alkoholu, spolupracujeme s Pivovary ZUBR.

Pojďme k vizím. Co všechno zde vznikne?

V tuto chvíli řešíme tréninkové zázemí pro golfisty s veřejným hřištěm. To bude v těsném sousedství driving range, kde bude figurovat technologie Toptracer od Topgolf. Ta pomocí kamer sleduje dráhu letícího míčku a data okamžitě zobrazuje na monitoru. Zprovozníme také plochy pro putting a chipping přímo u zázemí golfového klubu. Nebude chybět ani fotbale, který má pod taktovkou Karel Schodly. Vedle toho projektujeme zázemí pro padelové kurty, protože bychom tady chtěli pořádat padelové turnaje a eventy pro veřejnost, i menší fotbalovou akademii pro děti.

Celý prostor opravdu koncipujeme jako akademické tréninkové zázemí pro fotbale, golfisty, fotbalisty i padelové nadšence. Vedle hlavních sportů uvažujeme o discgolfu, lanovém centru, trampolínách pro děti i o cyklistických a vycházkových okruzích po okolí. Prostoru je tady na to dost.

Práci s mládeží vnímáme jako zásadní, protože se pohyb ze života nastupující generace pomalu vytrácí. Děti jsou naše budoucnost a je třeba je

vrátit zpátky k hodnotám, které jsme zažívali ještě v devadesátkách. Po škole jsme okamžitě šli ven a nikdo nepochyboval, kde nás má hledat. Chceme dát prostor dětem i dospělým, ať si tady každý přijde na své. Paradoxně v území, kde byl ještě před pár lety smog stigmatem, vyrostle možná jedno z nejčistších míst regionu.

I proto zde plánujeme park Lipiny, který bude plný pěších stezek a promenád pro veřejnost. Jeho součástí bude i běžecký okruh. Lidé se tak budou moci projít, proběhnout nebo se prostě potkat na piknikové dece. Skvěle se najíst budou moci i v restauraci, kterou povedou Petr Stanovský a Filip Krátký. Ti mají letité zkušenosti z restaurace na tenisových kurtech v ostravských Komenských sadech a také z cateringů. Součástí areálu bude i parkoviště s kapacitou 120 míst, takže všichni návštěvníci komfortně zaparkují.

A jak chcete oslovit místní obyvatele?

Jsme přesvědčeni, že Karvinsko je lokalita, která má ráda míčové sporty. Fotbal i házená jsou tady velice oblíbené a etablované značky. Multisportovní resort chceme přidat jako třetí značku nejen pro samotné město, ale pro celý širší region od Orlové, Havířova přes Těšínsko až po polskou stranu hranice. Oslovení patriotů i dalších obyvatel je o tom, jestli dostojíme našim slibům. Velkých slov se však chceme vyvarovat, nemáme ambice tady někoho tahat za flígr. Chceme vytěžit náš čas

a možnosti resortu, jak jen to půjde. Karvinsko je razovitý region, lidé jsou zvyklí konat a moc nemluvit. Tahle filozofie nám sedí, cítíme se v ní jako doma.

Kromě veřejnosti chceme dávat prostor i firemním akcím, eventům, brunchům a zmíněným turnajům. Náš tým funguje vlastně jako jeden velký net-working a ty kontakty se krásně doplňují. Jeden má kontakt tam, druhý zase jinde, najednou do sebe všechno nenuceně zapadá.

Předešlé projekty znamenaly i překonávání neochoty. Tady ale cítíme, že to soukolí do sebe krásně zapadá. Poslední důl skončil v únoru, všichni jsme společně na startovací čáře nové éry tohoto regionu.

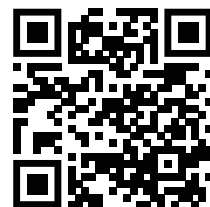
V jaké fázi bude resort na konci léta a kam se dále chcete posouvat

V srpnu už můžeme garantovat, že pojede driving range. Věřím, že i tréninkové plochy minimálně pro golfisty a fotbalgolfisty. Pro padelové zázemí se snažíme zajistit alespoň základovou desku. Komunikujeme s úřady a připravujeme projektovou dokumentaci, ať máme veškeré podklady ke stavebnímu povolení. TopTracer by v srpnu měl být reálný, golfová část by měla být u otevírání veřejného hřiště. Oficiální opening resortu plánujeme někdy v červnu. Tichý provoz bude probíhat již dříve, ale opening tomu nasadí korunu.

Máme zpracovanou koncepci Lipiny 2030, ve které plánujeme i vlastní ubytování. Dominantou výhledu z terasy bude vždy těžební věž Darkov a právě na ní budeme stavět vztah hostů k místu. Region má ohromný potenciál, do lokality míří zájem zahraničních investorů, polských, asijských i dalších, kteří hledají způsob, jak se etablovat na trhu. Takže je zde i možnost rezidenčního bydlení a developerského využití, ale to nechci předbíhat. Karvinská a ostravská aglomerace byla vždycky průmyslovým středobodem pro Česko i Polsko.

Zpětná vazba na náš záměr je velmi pozitivní už teď. Vypustili jsme web v beta verzi, aniž bychom to nějak veřejně komunikovali, a už se nám lidé sami začali registrovat do newsletteru. Chtějí vědět, jak se projekt vyvíjí. Cítíme i silnou morální podporu lokálních golfistů, kteří byli nuceni pendlovat za tréninkem do vzdálenějších destinací. Všechny ty střípky nám skládají mozaiku něčeho, co široko daleko není, a my cítíme, že přesně teď je na to ten správný čas.

Lukáši, děkuji za rozhovor a moc vám držím palce do dalších fází projektu.



lipinysportresort.cz



Čertovo břemeno znovu potvrdilo sílu byznys networkingu



PARTNEŘI AKCE



mistr.AI



Instagram CCT

Brzy zrána

Je krátce po osmé hodině ráno. Nad krajinou České Sibiře se pomalu zvedá mlha, první flight míří na odpaliště a na terase klubovny ještě doznívají rozhovory z předchozího večera. Nikdo nespěchá. Nikdo neotevírá prezentace ani notebooky. A přesto právě tady vznikají obchodní příležitosti, které budou mít pro některé firmy větší hodnotu než desítky klasických schůzek.

Druhý turnaj série CCT Golf Cup 2025 navázal na jarní turnaj v Kravařích a uskutečnil se na mistrovském hřišti Čertovo břemeno. Hřiště zasazené do malebné krajiny České Sibiře citlivě využívá přirozený reliéf okolní přírody. Louky, lesy, rybníky i typické žulové balvany vytvářejí jedinečnou kulisu, která dává prostor nejen špičkovému golfu, ale i rozhovorům, na které v běžném pracovním tempu často nezbývá čas.

Vztahy nevznikají během prezentací

Úspěšný byznys dnes nestojí pouze na kvalitním produktu nebo službě. Stojí především na důvěře. Ta nevzniká během hodinové prezentace ani při výměně vizitek. Vzniká ve chvíli, kdy spolu lidé stráví několik hodin, poznají způsob svého uvažování, komunikace i hodnoty. Golf je jedním z mála prostředí, které to umožňuje přirozeně.

Nejdůležitější část turnaje začala den předem

Ještě před prvním odpalem patřil středeční večer tradiční before party. Networking v krásném prostředí restaurace vytvořil ideální prostor pro poznávání nových podnikatelů, sdílení zkušeností i první obchodní rozhovory. Atmosféra byla natolik příjemná, že večer skončil až v pozdních hodinách u skleničky výborného rumu, kdy debaty o podnikání přirozeně přecházely do přátelských rozhovorů. Druhý den pak vše plynule pokračovalo na golfovém hřišti.

Turnaj, který propojuje lidi

Vedle hlavního turnaje probíhala také golfová akademie pro začátečníky. Cílem nebylo jen soutěžit, ale vytvořit prostředí, ve kterém mají všichni stejnou příležitost navázat nové byznys vztahy a otevřít dveře budoucím obchodním příležitostem.

Poděkování partnerům

Velké poděkování patří společnostem mistr.AI a SM-DATA za podporu turnaje. Poděkování patří také celému týmu Golfu Čertovo břemeno za perfektně připravené hřiště, profesionální servis a prostředí, které vytvořilo ideální kulisu pro dva dny plné sportu, inspirace a nových byznys vztahů.

Závěr

Každý golfový turnaj má své vítěze. Skutečný význam podobných akcí se ale ukáže až s odstupem času. Ve chvíli, kdy se z prvního rozhovoru stane obchodní schůzka, z podaných rukou vznikne nové partnerství a z jediné společně odehrané rundy dlouhodobá spolupráce. Právě tehdy se ukazuje skutečný výsledek CCT Golf Cupu. Ne ve scorekartách, ale v příbězích firem a lidí, kteří díky jednomu setkání našli cestu jeden k druhému.

Vítězové dne



Sportovní část nabídla řadu skvělých výkonů i napínavých soubojů.

HCP do 25

Michal Hadwiger (Studio CMYK)

HCP nad 25

Miluše Smetanová (SM-DATA)

Longest Drive muži

Juraj Bútora (Shopsys)

Longest Drive ženy

Kamila Hrdličková (MERKUR CONSULTING)

Nearest to the Pin

Michal Matulík (MION Films)



„Nebudeme troškaři.“ Jakub Gondek vede Ollies k deseti tunám cukroví a franšízám po celém Česku

Rok 1999 a tiramisu, které se v jedné ostravské kavárně vyprodalo za čtyři hodiny. Tak vypadala první kapitola příběhu Ollies. V roce 2026 má Ollies pět poboček ve třech městech, včetně pražské Masaryčky v budově od Zahy Hadid, jejich dezerty cestují ve vlacích na trase Praha–Ostrava a ochutnat je můžete po celém Česku. Firmu založili manželé Gondkovi, značku dále rozvíjejí jejich děti, sourozenci Jakub a Tereza. S Jakubem Gondkem jsme se bavili o rodinném podnikání, vánočním cukroví, které se stalo trhákem roku, i plánech na franšízovou expanzi.





Jak celý příběh Ollies začal?

Naši rodiče byli v roce 1999 ve správný čas na správném místě, v novém obchodním centru v Ostravě-Porubě. Táta se toho nebál a oslovil provozovatele jedné kavárny s tím, že mamka doma připravuje skvělé tiramisu. Byla tehdy na mateřské a měla na to čas. Zafungovalo to a tiramisu se vyprodalo za čtyři hodiny. Postupně přidávali další moučníky a dorty, ale nikdo tehdy nečekal, že z toho vznikne značka Ollies a takový příběh. Hodně se změnilo, ale zůstaly poctivost, důraz na kvalitu a chuť.

Spolu se sestrou jste firmu po rodičích převzali velmi brzy. Vy jste byl dvacátník, ona měla teprve osmnáct. Jak k tomu došlo?

Rodiče to vůbec nečekali, přišli jsme jim to navrhnout sami. Já jsem pomáhal už od dětství. Třeba jsem zaskakoval za mamku, když měla dovolenou, nebo jsem rozvážel a řešil nákupy. Brzy jsem přičichnul k byznysu a věřil jsem, že máme obrovský potenciál. Naše zákusky dělaly lidem radost a oni nám tu energii vraceli zpět. Přesvědčil jsem i sestru, která byla v prváku na vysoké škole. Vůbec netušila, co podnikání obnáší, ale chtěla do toho jít se mnou. Rodiče byli příjemně překvapení naším nadšením a od prvního dne nás pustili k řízení dílčích věcí. Postupně jsme tak převzali celou firmu.

Mně bylo kolem pětadvaceti, taky jsem byl na vysoké škole a navíc jsem za sebou měl dva programy Work and Travel v Americe. Tam jsem pracoval v gastru, takže jsem měl zkušenost s řízením podniku, zákaznickým servisem i důrazem na kvalitu. Tyto věci jsem přinesl do Ollies.

Dočetl jsem se, že jste i sportovec. Závodně jste hrál florbal, fotbal i tenis. Využíváte zkušenosti ze sportu v podnikání?

Máte pravdu, hrál jsem fotbal i tenis, ale nejdále jsem to dotáhl ve florbalu. Za SSK Vítkovice jsem hrál juniorskou i mužskou první ligu. Skončil jsem právě kolem těch pětadvaceti, kdy jsem se začal naplno věnovat Ollies.

A co mi sport dal do podnikání? Určitě vytrvalost. Zažijete prohry, zažijete vítězství, ale bez ohledu na ně musíte vždy druhé ráno vstát a posunout se. V podnikání je to stejně.

Samozřejmě vás napadne myšlenka to vzdát a mít klid, ale dopředu mě vždy hnala motivace budovat značku, která nese odkaz po rodičích. Chtěl bych, aby v ní jednou pokračovaly i naše děti. Taková motivace vás postaví na nohy i po špatných rozhodnutích a zklamáních.

Se sestrou jste si v podnikání rozdělili role podobně jako vaši rodiče...

Ano, hezky jsme zdědili jejich geny. Já po tátovi převzal vedení podniku, řeším čísla a vystupuji za firmu. Sestra je zase úžasná cukrářka. Jsme odlišní a právě proto se skvěle doplňujeme. Rodinná firma je v tomto výjimečná. Když má jeden horší období, ten druhý vás podrží a neopustí ani v tom nejhorším.

Ze začátku jsme se ale často rozcházel. Já jsem chtěl budovat franšízovou síť, měl jsem velké vize, zatímco sestra snila o malé butikové cukrárně podle vzoru Pierre Hermého.

V roce 2026 to vypadá, že se obě vize propojily. Franšízu plánujete a máte nádhernou cukrárnu v pražské Masaryčce.

Ano, máte pravdu. V roce 2023 jsme otevřeli cukrárnu v Masaryčce, budově od jedné z nejslavnějších architektek světa, Zahy Hadid, která se otevření bohužel nedožila. Za interiérem cukrárny stojí pražské studio Olgoj Chorchoj, což je v českém designovém světě pojem. Pro sestru je to splněný sen o vlastním butiku, pro mě vlajková loď, díky které se Ollies dostalo do povědomí v celé Praze.

Z jedné prodejny vyrostlo pět poboček a dvě velké výroby ve třech městech. Jak se za tu dobu změnilo samotné řízení firmy?

Na začátku jsme byli prodejnou i výrobnou v jednom. Všichni jsme byli pohromadě a když přišel nějaký problém, hned jsme si to odkomunikovali a pohlídali. Dneska je to mnohem víc o procesech a o dodržování zavedených postupů a pravidel, abychom dokázali udržet kvalitu a nepustili ven žádný špatný produkt. Musel jsem se naučit řídit firmu přes lidi a systém, ne vlastníma rukama, což byl asi nejtěžší přelom v celém podnikání. Když všechno zvládnete na jedné pobočce ve dvou nebo čtyřech lidech, je to jednoduché. Jakmile to ale funguje na třech místech najednou a vy nejste schopni být na všech zároveň, musíte mít procesy, systémy a hlavně správné lidi, kterým důvěřujete.

A franšíza Ollies je tedy v jaké fázi?

Firma se momentálně stabilizuje. Kvůli Masaryčce jsme museli zvětšit pražskou výrobu a celkově nás tato expanze stála hodně energie a finan-

cí. Aktuálně hledáme další prostory v Praze, Brně a ve Zlíně, protože tam vidíme největší potenciál pro další pobočky. Naší vizí je dlouhodobě obsadit všechna krajská města.

Franšízu chceme nastavit podle přísných pravidel, aby zákaznický zážitek byl vždy na té nejvyšší úrovni a konzistentní. Náš model je takový, že nejdříve otevřeme pobočku sami, zajedeme ji a až poté ji předáme franšízantovi, prakticky na zlatém podnose. Chceme, aby do toho šel s chutí a investice se mu vrátila.

Vraťme se ještě k Masaryčce. Přineslo vám otevření cukrárny na tak prestižním místě i další obchodní příležitosti?

Ano. Od otevření před třemi lety jsme získali hodně nových zákazníků i v B2B sektoru. Mezi naše dlouhodobé odběratele patří například Rohlík nebo RegioJet a Leo Express, takže naše dorty každý den cestují na trase z Ostravy do Prahy. A právě po otevření Masaryčky k nim přibyla i známá hotelová síť.

Co od vás firemní zákazníci nejčastěji poptávají?

Často to jsou produkty na míru, třeba mini dortíky nebo mini dezerty, které se hodí do jejich segmentu. Některé firmy naopak chtějí makronky s potiskem jako dárek nebo prezentaci značky. Největší firemní dort, který jsme kdy dělali, měl čtvrt tuny, vzal se na paletáku a krájel se čtyři hodiny. Firmy chtějí svým zaměstnancům nebo klientům dopřát opravdový wow efekt.

Podobný efekt jste loni vyvolali i s vánočním cukrovím.

Ano, naše vánoční cukroví je mimořádně úspěšné. První rok jsme vyrobili tunu a mysleli jsme si, že je to hodně. Loni jsme vyrobili čtyři tuny

a objednávky stopovali už v listopadu. V dotaznících spokojenosti hodnotilo 97 % zákazníků cukroví pěti hvězdičkami. Sestra vymyslela skvělé produkty, které kombinují českou klasiku s francouzskými minidezerty a naším typickým Ollies twistem. Chuťově je to opravdu jedinečné. Letos jsme zvýšili výrobní kapacitu skoro pětikrát a postavili jsme kvůli tomu i přídatnou výrobu z kontejnerů. Netroškaříme a cílíme na deset tun.

Velké cíle máte i s celým Ollies. Četl jsem, že vaším snem je mít cukrárnu na Manhattanu.

Ano, do New Yorku jsem se zamiloval během svých Work and Travel pobytů. Líbí se mi, že to je opravdu město, které nikdy nespí, a že na Páté Avenue najdete nejlepší značky světa. Řekl jsem si, že by bylo fajn jednou tam mít kousek Ollies. Inspiruje mě i film Founder o zakladateli McDonaldu a jejích franšízovém systému.

V roce 2029 oslaví Ollies 30 let. Plánujete něco výjimečného?

Určitě, ale my slavíme narozeniny každý rok v říjnu. Zákazníkům vždy během narozeninového týdne nabízíme speciální narozeninové produkty a výhody. Loajálních zákazníků si nesmírně vážíme. Spoustu z nich do našich cukráren chodí denně a stávají se z nich známé tváře. Naši zaměstnanci už ví, jakou pijí kávu a jaký dort mají nejraději. Takto se servis posouvá na jinou, až rodinnou úroveň.

Proto letos chystáme i věrnostní program Ollies Family. Lidé budou moct sbírat body a postupovat do úrovní s různými slevami a výhodami. Chceme se takto odměnit věrným zákazníkům a budovat s nimi dlouhodobý vztah.

Na závěr bych se rád vrátil k tomu úplně prvnímu tiramisu. Bylo z úplně jiných surovin, než jaké používáte dnes.

Přesně tak, maminka ho tehdy vyrobila z pomazánkového másla, piškotů Opavia a instantní kávy. Suroviny, které používáme dnes, jsou úplně na jiné úrovni. Když se do našich produktů zakrojíte, poznáte, že jsme na ničem nešetřili. Máme síť dodavatelů po celém světě a držíme si alternativy pro každou surovinu, protože úroda a kvalita je každý rok jiná. Takže kvalita surovin se zásadně změnila, ale nadšení, se kterým rodiče začínali, zůstalo stejné.

Jakube, děkuji vám za rozhovor a držím pěsti se všemi plány.



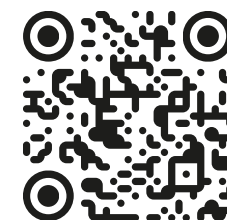
MELODIO

NADAČNÍ FOND



„Spojujeme pomoc se zážitkem.“

Pomáháme lidem s handicapem roztáhnout v životě křídla. Z výtěžku koncertů a prodeje hudby jim zajišťujeme kouče a lektory, kteří mění jejich každodennost. Když podpoříte Melodio, přinášíte skutečnou změnu.



www.melodio.cz

Pojďme společně posilovat hodnoty, na kterých stojí Vaše firma!

maskova@melodio.cz

Nová éra byznysového networkingu: Proč sbírání vizitek skončilo a jak technologie vrací do hry lidskost

Žijeme v době digitální dominance. Technologie dnes automatizují procesy, analyzují data s chirurgickou přesností a propojují lidi napříč kontinenty během vteřiny. Přesto nebo možná právě proto se v byznysu vracíme k tomu nejvzácnějšímu, a to k opravdovému lidskému kontaktu.

Moderní networking prošel zásadní evolucí. Zapomeňte na mechanickou, strojenou disciplínu plnou rychlých úsměvů a rozdávání papírových vizitek, které dříve či později skončí zapomenuté v šuplíku. To už je minulost.

Dnešní úspěšný networking stojí na třech pilířích: autenticitě, důvěře a kvalitě propojení. Cílem už není zaplnit adresář stovkami jmen. Cílem je vybudovat síť vztahů, které mají reálnou hloubku, přinášejí dlouhodobou hodnotu a otevírají dveře ke skutečnému byznysu.

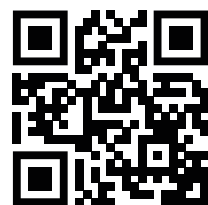
Zasedačky nechte korporátům. Nejlepší dealy se rodí venku. Ve společnosti Czech Cool Trade věříme, že nejlepší byznys vzniká tam, kde opadnou formální bariéry. Za léta praxe máme za sebou stovky akcí nejrůznějšího formátu. Viděli jsme, jak se rodí silná partnerství u ranní kávy na tematických snídaních, během komorních workshopů, ale i při neformálních debatách nad „Kávou o třetí“.

Prostředí totiž hraje klíčovou roli. Když vyměníte strohou zasedací místnost za golfový flight v srdci přírody, tenisový kurt nebo společný zážitek na významném sportovním utkání, dynamika rozhovoru se okamžitě změní. Lidé odloží korporátní masky. Začnou se otevřeně bavit nejen o svých podnikatelských plánech, ale i o svém celkovém pohledu na svět. Právě v těchto momentech vzniká lidská sympatie a z ní následně pevná obchodní důvěra.

Správně nastavený networking v našem podání není náhoda. Je to modero- vaný proces. Naším úkolem je vytvářet bezpečné a příjemné prostředí, kde se mohou uvolněně zapojit i ti, kteří masovým akcím běžně neholdují a dávají přednost individuálnímu přístupu. Když se propojí správní lidé ve správném prostředí, vzniká synergie, která daleko přesahuje jedno jednorázové setkání.

David Mitáš

www.cct.cz
Aktuální akce





Digitální evoluce: **Networking do kapsy**

Během loňského roku jsme se potkávali napříč celou republikou osobně na sportovních a společenských akcích i virtuálně při online mastermindech. Právě tato kombinace osobního kouzla a moderních technologií nás inspirovala k dalšímu kroku. Položili jsme si otázku: Jak přenést tuto jedinečnou energii, důvěru a efektivitu networkingu do každodenního života našich členů, bez ohledu na to, kde se právě nacházejí?

Odpovědí je naše nová mobilní aplikace Connected Cool Trade. Tato aplikace nevznikla proto, aby nahradila osobní setkávání, to je a vždy bude nenahraditelné. Vznikla jako jeho prodloužená ruka a akcelerátor. Connected Cool Trade transformuje sílu naší komunity do digitální podoby a přináší networking nové generace přímo do vašeho telefonu.

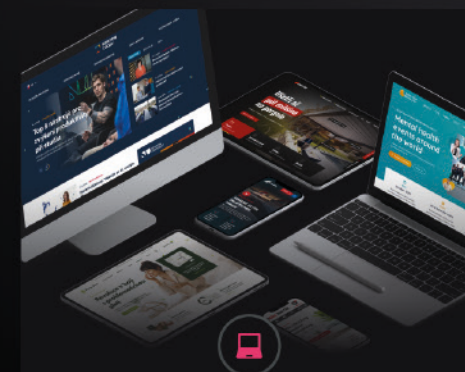
Nenechte si ujít příležitost posunout lokální byznys na novou úroveň. Unikátní ekosystém CCT totiž může ožít i ve vašem městě. Staňte se hostitelem exkluzivního networkingu, pozvěte nás k vám a otevřete dveře novým příležitostem a to vše jednoduše, přímo skrze rozhraní aplikace Connected Cool Trade.



FINLEY
AGENCY



S čím Vám můžeme pomoci?



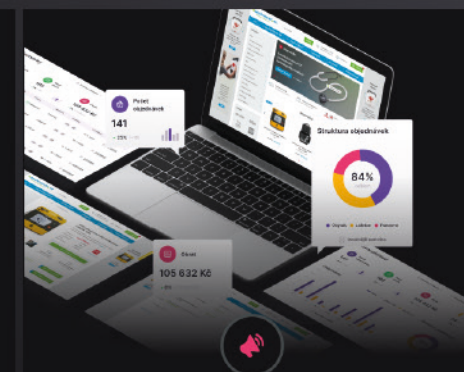
Tvorba webu

Vytvoříme našlapaný web na míru, který vám dlouhodobě pomáhá vydělávat.



Správa sociálních sítí

Vytvoříme strategii a obsah pro sociální sítě, které budou značku posilovat a přivádět zákazníky.



Digitální marketing v ČR

Navrhneme výkonnostní kampaně pro český trh, které dávají smysl číslům, značce i rozpočtu.



Digitální marketing ve světě

Na zahraničních trzích rozhoduje výkon, data a správná strategie.



Mobilní aplikace

Navrhujeme a vyvíjíme mobilní aplikace pro globální trhy. Od první verze po růst na zahraničních trzích.



SEO

Optimalizujeme váš web pro vyhledávače tak, aby vás zákazníci našli ve správný čas.

Hledáte náročné technologické řešení?

Eshop na míru

CRM na míru

Produktový konfigurator

Online akademie

Ekosystém webů

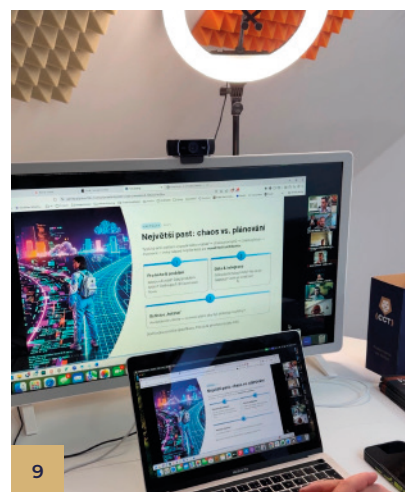
E-learningová platforma (LMS)

Call centrum

Certifikační systém



www.finley.agency



1. Byznys networking v prostorách Černé perly 2. Badmintonový turnaj CCT 2025 3. CCT Golf CUP 2025 v resortu Čertovo Břemeno 4. CCT golf CUP 2026 5. Dotační webinar s Veronikou Chudíkovou na téma Podnikatelské vouchery pro Ústecký a Karlovarský kraj 6. Mastermind & Gourmet v Restauraci Michal v Praze 7. Mastermindem na téma Finanční řízení jako základ ziskové a stabilní firmy pod vedením Karma Interim s.r.o. 8. Letní networking pod hvězdami 9. Mastermind na téma AI audit - revoluční přístup roku 2026 pod vedením Libora Kováře ze společnosti AI inovace s.r.o.

10. Dagmar Pyšová (Studio krásy a zdraví) na CCT Golf CUP 2026 11. Medailisté Badmintonového turnaje CCT 2025 12. Networkigová snídane s mastermindem Martiny Dospělové (Right Indicada) 13. Networking během utkání FC Baník Ostrava a FK Pardubice 14. Networking CCT s chutí itálie – degustace vín a italských lahůdek v Benvenuti 15. Networking CCT ve spolupráci s KIA AUTO DASPOL – Jaký motor táhne váš byznys 16. Networking CCT s primátorkou Brna Markétou Vaňkovou 17. Networking CCT – Business Ladies Day 18. Networking CCT s primátorkou Brna



19



20



21



28



29



30



22



23



24



31



32



33



25



26



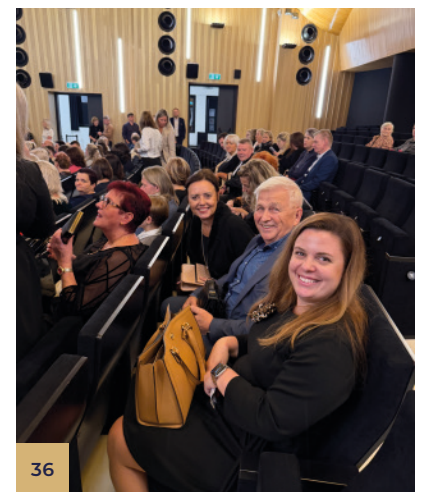
27



34



35



36

19. Networking pod hvězdami v krásném prostoru Bistra Lhotka 20. Networking pod hvězdami 21. Networking s GoodLadies na téma – Jak přestat vše dělat sama a získat prostor pro skutečný růst 22. Networkingová káva o třetí v Brně s otevřeným mastermindem 23. Networkingová káva o třetí v Brně v Biegun Café 24. Networkingová káva o třetí v Praze 25. Networkingová káva v Bistru u dvou přátel 26. Networkingová snídani v Skalka Family Park 27. Networkingová snídani CCT v Ostravě

28. Online networking CCT pod vedením Martina Kovalského 29. Networkingová snídani v Praze v Absolutum Wellness Hotel 30. Online networking CCT pod vedením Tomáše Myšáka 31. Polanský charitativní běh NF Kulíšek nedonošeným dětem 32. Polanský charitativní běh NF Kulíšek nedonošeným dětem 33. Teambuilding na míru v Simply Fitness s majitelem Pavlem Bugajem 34. Roman Tietz a Jiří Lux na byznys networkingu 35. Networkingová snídani v Českých Budějovicích 36. Večer s Divadlem Bez Zábradlí



Vstupte do komunity, kde váš byznys roste

Hledáte způsob, jak efektivně získat nové klienty,
posílit prestiž své značky a opřít se o zkušenosti úspěšných lídrů?



Profesionalita,
sdílení know-how
a silné byznys vztahy



Přes 430 firem
a 1 500 majitelů
napříč celou ČR



Exkluzivní přístup
k naší aplikaci
Connected Cool Trade



Naskenujte QR kód
a začněte využívat síly
firemní komunity CCT.

*Jsme CCT
a podporujeme
váš byznys!*





Rychlost, péče a reference. Indicada staví HR partnerství na třech pilířích a chce být vzorem v oboru

Personální agentura Indicada má za sebou deset let na trhu, novou ředitelku a jasnou vizi. Být klientovi HR partnerem na cestě byznysem, ne pouhou agenturou, která zaplácne díru v životopisech. Martina Dospělová převzala výkonné vedení firmy v lednu 2025 po šestnácti letech v gastronomii a celý uplynulý rok se soustředila na stabilizaci a přebudování procesů. V rozhovoru jsme se bavili také o proměně trhu práce v Moravskoslezském kraji, smyslu segmentace klientů nebo o lekcích, které si do personalistiky odnesla z hektického gastropodnikání.

Martino, představte nám, prosím, agenturu Indicada. Jaká je její historie a jak jste se do vedení dostala vy?

Tomáš Buchwaldek s Martinem Tyšerem začínali před deseti lety účetní firmou Nastejnelodi.cz, která loni vyhrála titul Účetní firma roku. Postupně k tomu přibyla komunita Patrioti MSK a poté i personální agentura Indicada. Tomáš je tvář obou těchto značek. Je neuvěřitelný obchodník, ten typ, který nad obchodem nemusí přemýšlet. Klienty získával ze všech směrů a firma rostla přirozeně.

Jelikož ale dělal dva a půl úvazku najednou, přitom má manželku a tři syny, rozhodl se předloni v létě odstoupit z vedení Indicady. Otevřeně to popsal na svém LinkedInu. Já jsem v tu dobu odcházela ze své předchozí firmy, kde jsem strávila šestnáct let. S Tomášem a Martinem jsme se znali už čtyři roky díky Patriotům a věděli jsme, že sdílíme stejné hodnoty. V lednu 2025 jsem tak přebrala výkonné vedení.

Pro mě osobně to byl velký skok. Klienti znali Tomáše jako tvář firmy, já jsem do oboru přicházela jako nováček. Firma dosud rostla přirozeně přes Tomášovy obchodní vztahy, takže marketing měla teprve před sebou. K tomu se přidaly i přirozené odchody z týmu. Někdy je vztah k odcházejícímu manažerovi tak intenzivní, že to tam s ním zkrátka skončí.

Přebrala jste tedy firmu uprostřed změn. Jak jste se s tím vyrovnala?

Měla jsem dvě možnosti. Začít hasit požáry a rychle nabírat lidi nebo se na chvíli zastavit a podívat se na strukturu. Zvolila jsem druhou cestu, jelikož z gastronomie vím, že zbrklým hašením může vzniknout další

požár jinde. Sedli jsme si s týmem k otevřenému brainstormingu, kde žádný nápad nebyl špatný.

Vyšlo nám, že manažerské pozice obsadíme z vlastních řad. Nahoru se tak posunuli lidé, kteří by jinak třeba ještě rok museli na povýšení čekat. Ale v životě se mi osvědčilo, že když do lidí vložíte důvěru, vrátí vám to. K tomu jsme nastavili reálná KPI. Některá vyhodnocujeme měsíčně, některá jednou za půl roku. Důležité také bylo některé procesy zrušit. Když po určitém čase proces nefunguje, buď je třeba jej změnit nebo zastavit, ne za každou cenu udržovat jen proto, že jsme do toho investovali čas. To je nejtěžší.

Odhodlání týmu mě nadchlo. Například před pár týdny jsme pořádali akci, na kterou jsme se dlouho připravovali. Účast byla ale slabá. Kolegové a kolegyně se ne nechali vůbec odradit a vyšli na ulici natáčet rozhovory s lidmi o tom, jak se cítí v práci. To je přesně to odhodlání, o kterém mluvím. Já nikoho do natáčení videí nenutím, protože vím, že na sílu to nikdy nedopadne dobře. Tady jsme tomu dali volný prostor a tým přišel s vlastními věcmi.

Indicada se vyloženě prezentuje jako HR partner. Co si pod tím máme představit?

Slovo partner používáme záměrně, protože personální agentury si nesou stigma, které chceme zlomit. Důvěryhodný HR partner klientovi dlouhodobě pomáhá s jednou z nejdůležitějších částí byznysu. S lidmi. Klienti často podceňují skutečné náklady vlastního náboru. Mám spočítáno, že běžná manažerská pozice může firmu při dlouhodobém neobsazení stát kolem 500 000 korun. Inzerce, čas člověka, který nábor řeší místo své vlastní práce, ušlý zisk, opakování celého kolečka, když nový kandidát po pár týdnech





odejde. HR agenturu naopak platíte až po nástupu kandidáta a do tří měsíců garantujeme refundaci. Když to nesedne, vrátíme peníze.

Jelikož do spolupráce s klienty investujeme předem, pečlivě si vybíráme, s kým do ní jdeme. Stejně jako klientovi nedoporučíte neslušného člověka, nebudeme spolupracovat s firmou, která není důvěryhodná. Samozřejmě používáme nástroje na ověření, ale hodně dám na instinkt. Z gastra jsem na obchody zvyklá a ten cit, jestli si s klientem sedne jako partneři, se často ukáže hned na první schůzce.

Pokud klient není férový ke svým lidem, do spolupráce nejdu. Naše jméno totiž kandidátům garantuje, že do firmy mají jít pracovat.

A když do spolupráce vstoupíte, co může klient očekávat?

Naše filosofie stojí na třech pilířích: rychlosti, péči a referencích. Rychlost je pro nás důležitá, ale nikdy ne za cenu kvality. Nečekáme týdny na ideální životopis. Naopak pracujeme s aktivními kandidáty, vlastní databázi, pasivním trhem i sítí kontaktů, kterou budujeme roky. Díky tomu dokážeme reagovat rychle a zároveň výrazně omezujeme slepá kola výběrových řízení. Péče podle nás nekončí podpisem smlouvy. Stojíme po boku klienta i kandidáta v každé fázi, od prvního kontaktu přes nástup až po adaptaci a zpětnou vazbu. Právě kvalitní komunikace a následná péče často rozhodují o tom, jestli nový zaměstnanec ve firmě dlouhodobě zůstane. Třetím pilířem jsou reference. Aktuálně máme hodnocení 4,8 z 5 při více než 184 recenzích. Beru to jako potvrzení, že férový a dlouhodobý přístup má v HR stále smysl.

Zaměřujete se na segmenty účetnictví, logistiku a obchod. Proč zrovna tyto?

Cílíme primárně na malé a střední firmy, kterým se nevyplatí mít vlastní personální oddělení a které potřebují někoho, kdo jim outsourcuje procesy. Velké klienty máme a stále nabíráme nové, ale oslovujeme zejména malé a střední. Ty pak dělíme na zmíněné segmenty.

U účetních pozic děláme vše v synergii s Martinem a Nastejnelodi.cz. Martin nám připravil testy a učí nás, co z hlediska profese u kandidátů hledat. Když nabíráme deset účetních pro pět firem najednou, má to úplně jiný efekt než nábor jedné pozice pro deset různých zákazníků.

V logistice nás žene region. Moravskoslezský kraj je logistický uzel a v poslední době zde vyrostla spousta velkých hal s rostoucí mírou automatizace. Pozice se tak proměňují a klasický skladník bez kvalifikace ustupuje odbornějším rolím, u kterých je nutná práce s dokumentací. Obchod doplňuje naše portfolio, protože spolu s účetními jsou právě obchodníci nejhledanější pozice.

Segmentace pro nás není marketingová nálepka, ale způsob, jak se stát skutečnými odborníky na daný obor. Každý segment má dedikovaného náboráře, vlastní databázi kandidátů dostupnou během několika kliknutí, specifické komunikační kanály a interní procesy. Díky tomu nevzniká závislost na jednom člověku. Pokud odejde náborář, neztrácíme know-how segmentu ani vztahy s kandidáty. Segmentace nám zároveň umožňuje dlouhodobě budovat komunitu kandidátů, rozumět jejich motivaci a reagovat rychleji než klasické univerzální agentury. Nechceme být „agenturou na všechno“, ale partnerem, který opravdu rozumí konkrétnímu trhu.

Zmínila jste Moravskoslezský kraj. Jak vnímáte aktuální situaci krajských firem a co byste jim doporučila?

Posun, který se na trhu odehrává, klienti někdy nestíhají. V roce 2026 hledají lidi, jako bychom byli stále v roce 2020, a trvají na pozicích, které se mezitím proměnily. Hranice mezi dělnickou a odbornou prací se stírá a běžné výrobní role dnes vyžadují čtení dokumentace nebo práci s automatizovanými systémy. Zmíněné velké haly u dálnic kolem Ostravy vyrůstají rychlým tempem a je jasné, že českých zaměstnanců na tyto pozice nebude dost. Strach ze zaměstnanců ze třetích zemí se přitom ukazuje jako lichý.

Firmám bych určitě doporučila zrychlit rozhodovací proces. Maximálně tři kola pohovorů, jeden rozhodující člověk a otestovat kandidáta v té dovednosti, kterou od něj reálně čekáte. Chcete obchodníka? Dejte mu modelový obchod. Chcete někoho s angličtinou? Vedte pohovor v angličtině. Pokud rozhodnutí trvá půl roku, kandidát mezitím nastoupí jinde. Důležité je i transparentní odměňování, kterému jsem byla nakloněna dlouho předtím, než přišla nová evropská vyhláška. Uvedení aspoň mzdového rozpětí v pracovním inzerátu šetří čas všem. Když je rozdíl mezi představami deset tisíc, můžeme najít řešení. Když čtyřicet, ušetříme si pohovor.

Co se týká benefitů, jeden univerzální balíček nestačí. Někdo má rád dovolenou navíc, jiný zase home office. Mně osobně se velmi líbí model, kdy firma odkládá zaměstnancům procento z čistého zisku na spoření. Vyplatí jej třeba po třech letech ve firmě. Najednou má zaměstnanec benefit, který reálně mění jeho život.

Sama jste šestnáct let pracovala v gastronomii. Co si z té zkušenosti nesete do personalistiky?

Šestnáct let v gastru nelze srovnat s ničím jiným. Navíc na posledních pět let naše firma přebrala provozy od franšizantů přímo pod sebe. Ze dne na den jsme se stali zaměstnavateli osmdesáti lidí. Já znala každého včetně uklízeček. Energie práce byla 24/7 a za těch pět let jsem se naučila více než za těch prvních jedenáct. Příchod do personální agentury byl pro mě šok. Tady čekáte na výsledek tři až čtyři měsíce, kandidát má výpovědní lhůtu, klient zase výběrová řízení. A nejcitlivější moment přijde až po nástupu, kdy kandidát testuje, jestli jste dostáli svým slibům. Jsou to dva diametrálně odlišné světy a já si pořád to „gastronomické tempo“ musím trochu vyrážet z paty.

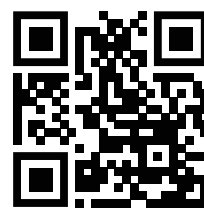
Co si z gastru nesu, je férovost ve mzdách. Vždy jsme všechno měli oficiálně, což nemusí být úplně normou. Kdokoli za mnou přišel a chtěl peníze bokem, řekla jsem mu rovnou, že u nás to tak nikdy nebude. Lidé i dávali výpověď, protože jsem nebyla ochotná hrát tuto hru. Ale díky tomu se nám u některých povedlo splátkové oddlužení, jelikož celá jejich mzda šla přes účet a oni postupně spláceli. Tahle filozofie funguje stejně i v personálce. Jsme vzorem klientům i kandidátům, na což nejsou všichni zvyklí. Někteří chtějí ústupky, ale ty zásadně neděláme. Nejprve to může vypadat jako win-win situace, protože ušetříte, neplatíte odvozy, ale je to začarovaný kruh. Když nastane nečekaná situace, a z logiky fungování světa vždy nějaká nastane, zaměstnanci vám poděkují, že neskončili na úřadu práce s prázdnými rukama. Naopak si vzpomenou, na koho se mohli spolehnout.

Můj syn je ve věku, kdy začíná hledat svou cestu, a nechci ho učit, aby šel do světa s pocitem, že systém je postavený tak, aby v něm každý podváděl.

To je obdivuhodný přístup. Jaká je vaše největší aktuální profesní výzva?

Udržet kvalitu při růstu. Tu zákaznickou i zaměstnaneckou. Chystáme aplikaci pro agenturní zaměstnance, aby měli všechno na jednom místě a zpětná vazba mezi námi a nimi šla rychleji. Zároveň chci, aby za pár let byla Indicada první volba, kterou si manažeři firem vybaví, když se řekne důvěryhodný HR partner pro byznys. Ne první v Google vyhledávání, ale první opravdu v jejich hlavách.

Martino, děkuji vám za rozhovor.



www.indicada.cz/firmy





Byznys v reálném čase: Jak moderní platformy posouvají možnosti networkingu a B2B spolupráce

David Mitáš

Mít skvělý produkt nebo jedinečnou službu je v dnešním hyperkonkurenčním prostředí základním stavebním kamenem úspěchu. Trh je však dynamický a rychlý. Klasický networking, neformální setkání u kávy a osobní propojování mají v byznysu své pevné, nezastupitelné místo a stále skvěle fungují. Moderní lídři ale vedle těchto tradičních forem stále častěji hledají způsoby, jak navazování kontaktů ještě více zefektivnit a proměnit ho v komplexní, cíleně řízený ekosystém.

Klíčem k akceleraci růstu se stává synergie spojení lidské důvěry s technologiemi, které dokážou propojit nabídku s poptávkou v reálném čase.

Když je vám obchodní příležitost předjedená

Představte si, že vedle vlastních networkingových aktivit získáte navíc podporu zkušeného projektového manažera. Ten do detailu zná vaše kapacity, priority i oborové zaměření a na základě toho vás propojí s partnerem, jenž v danou chvíli aktivně poptává přesně to, co nabízíte.

Tato cílená obchodní podpora dává networkingu nový rozměr. Nejedná se o žádné univerzální šablony, ale o strategii na míru, kde jde o dlouhodobé sledování trhu a aktivní přípravu kvalitních schůzek. Na jednáních se pak už neřeší teoretické možnosti, ale konkrétní byznys. Pro firmy na poptávající straně to znamená obrovskou úsporu času při výběrových řízeních, protože platforma doporučuje výhradně prověřené subjekty. Pro dodavatele se naopak otevírá brána k exkluzivní klientele.

Celá firemní komunita v kapse

Odpovědí na dynamické potřeby dnešních manažerů se stala jejich mobilní aplikace Connected Cool Trade. Ta přenáší sílu celé této firemní komunity přímo do chytrých telefonů a umožňuje klíčovým hráčům propojovat se doslova na pár kliknutí. Klasický networking na akcích tak dostává nonstop digitální nadstavbu. Už není potřeba čekat na další plánované setkání byznys se může odehrávat v reálném čase.

Budoucnost B2B spolupráce už nepatří těm, kteří pouze pasivně čekají na příležitost, ale lídrům, kteří dokážou skloubit sílu osobního partnerství s digitální rychlostí. Moderní úspěch v podnikání zkrátka nestojí na náhodě. Ukazuje se, že nejvyšší efektivitu přináší kombinace pokročilé mobilní aplikace, která dává celou komunitu nonstop na dosah ruky, a lidského faktoru.

Právě osobní propojení prostřednictvím projektového manažera, který klientovi doslova připraví cestu, odfiltruje slepé uličky a přivede ho k jednacímu stolu s předjednanou příležitostí, je klíčem k úspěchu. Tato synergie lidské intuice, profesionálního vedení a technologií je přesně tím katalyzátorem, který dává tradičním byznys vztahům zcela novou dynamiku. Vyhrávají ti, kteří mají moderní nástroje v kapse, ale za zády silného partnera, jenž jim osobně otevírá správné dveře.



REFERENČNÍ PROJEKTY

Když se plány mění ve výsledky

Skutečné výsledky našich klientů jsou tou nejlepší referencí. V tomto vydání vám představujeme dva konkrétní příběhy firem, které díky naší spolupráci posunuly své podnikání o úroveň výš.

Každá z nich využila jiný typ dotační podpory, ale obě vsadily na profesionalitu a zkušenosti. Podívejte se, jak se správně uchopené příležitosti mění v hmatatelný úspěch, a načerpejte inspiraci pro vlastní rozvoj.

Když se řekne judo, většina lidí si představí vteřiny absolutního soustředění, tvrdý zápas a jednoho vítěze, který na tatami zvedne ruku nad hlavu. Jenže pro partu vizionářů z Ostravy je poslední zvuk sirény teprve začátkem něčeho mnohem většího. Na konci září 2026 se moravskoslezská metropole stane epicentrem projektu, který má ambici stát se každoroční stálicí a možná do budoucna se i rozšířit mimo střední Evropu. Příběh tohoto ambiciózního záměru se nezačal psát v záři reflektorů, ale v hlavách trenérů, kteří denně sledují nadějně sportovce. Viděli, že klasický turnaj často působí jen jako jednorázová konfrontace sil. Zápasníci přijedou, předvedou výkon a odjedou.

Proto přišli s formátem, který dává sportu hlubší smysl: mezinárodní turnaj v judu okamžitě propojí s navazujícím intenzivním tréninkovým kempem. Na něm se bok po boku potkají talentovaní judisté z České republiky, Slovenska, Polska a Maďarska.

Ze soupeřů přátelé: Když je synergie víc než triumf

Ambice organizátorů sahají daleko za hranice sportovních hal. Chystaný kemp pod vedením zkušených mezinárodních trenérů totiž nebude jen o pilování chvatů a fyzické kondice.

Silnou stránkou projektu je integrace kulturně-sociálního programu. Mladí sportovci, kteří si ještě před pár hodinami na tatami nic nedarovali, budou během společných dnů budovat vztahy, vazby a přátelství, která přetrvají roky.

Ostrava jako symbol proměny

Volba hostitelského města nebyla náhodná. Ostrava sama o sobě ztělesňuje příběh o transformaci. Pořadatelé chtějí využít své zázemí a zkušenosti k tomu, aby zahraničním účastníkům ukázali město v úplně novém světle. Zapomeňte na šedé, staré průmyslové centrum. Mladí judisté zažijí moderní, dynamicky se rozvíjející metropoli plnou energie. Energie, která ladí s jejich sportovním duchem.

Z papíru na mapu Evropy

„Dostat takto komplexní mezinárodní vizi z rýsovacího prkna do reality však vyžadovalo silné partnery. Klíčovým milníkem na této cestě byla spolupráce se společností Czech Cool Trade. Díky jejich expertíze a strategickému vedení se projektu podařilo zajistit prestižní financování z Visegrad Fund. Celková dotace činí 9.140 EUR z maximálně možných 10.000 EUR. Tedy vysoká míra financování, která navíc otevírá cestu pro další ročníky, které mohou být propracovanější, delší a zaujmout více klubů a sportovců z více zemí EU,“ říká Miloš Matula - výkonný ředitel Tělovýchovné jednoty Ostrava.

Tento diplomatický a manažerský tah posunul původně lokální ostravskou iniciativu z regionální úrovně přímo na mapu strategických středoevropských událostí. Ukazuje se, že investice do mládeže, sportu a mezinárodního spojení je tou nejlepší sázkou na budoucnost. Na konci září se tak v Ostravě nebude bojovat jen o kovy, ale především o společnou budoucnost středoevropského sportu.



Od nápadu k hotovému výstupu

ARTYX PROMOTION díky nové technologii mění pravidla reklamní výroby



V reklamě často rozhodují detaily. Přesnost tisku, sytost barev, struktura povrchu, rychlost dodání nebo schopnost proměnit neobvyklý nápad ve skutečný výrobek. Právě na tomto pomezí kreativity a precizního řemesla staví své podnikání společnost ARTYX PROMOTION s.r.o.

Grafické studio a reklamní agentura pomáhá firmám vytvářet vizuální identity, grafické návrhy, tiskoviny, obaly i komplexní reklamní řešení. Její ambicí však nebylo zůstat pouze u návrhů. Chtěla získat větší kontrolu nad celým procesem – od prvního nápadu až po hotový výstup.

Klíčovým krokem se proto stalo pořízení profesionální velkoformátové UV tiskárny s integrovanou funkcí řezání. Nešlo jen o nákup nového vybavení. Pro ARTYX PROMOTION představovala tato investice zásadní posun ve způsobu práce, výrobních možnostech i kvalitě služeb, které může svým zákazníkům nabídnout.

Kreativita potřebuje správné nástroje

V reklamním oboru jsou rychlost, flexibilita a schopnost reagovat na individuální požadavky stále důležitější. Zákazníci nechtějí pouze standardizovaný výrobek. Hledají originální řešení, menší série, personalizaci a výsledek, který dokáže jejich značku skutečně odlišit.

Právě zde se začaly ukazovat limity původního technologického vybavení. Část výrobních úkonů bylo nutné řešit odděleně, některé výstupy vyžadovaly další zpracování a složitější zakázky znamenaly více času i manipulace s materiálem. Nový stroj spojuje UV tisk a obrysové řezání v jednom pracovním procesu. Grafiku je možné vytisknout a následně vyříznout do požadovaného tvaru bez přenášení materiálu do dalšího zařízení. Firma tak získala rychlejší a plynulejší výrobní postup, větší kontrolu nad výsledkem a prostor realizovat zakázky, které dříve nebylo možné vyrábět přímo.



CCT dotace

Technologie, která dává nápadům nový rozměr

Roland DGXPRESS UG-641 umožňuje tisk a ořez materiálů v maximální šířce 1600 mm. Díky UV-LED technologii inkoust po vytištění okamžitě vytvrzuje, takže výsledný produkt může bez dlouhého čekání pokračovat k expedici nebo dalšímu zpracování.

Vedle klasického barevného tisku dokáže zařízení pracovat také s bílým inkoustem a je vytvrzován integrovanou UV lampou. Bílá barva umožňuje tisk na průhledné, barevné nebo tmavé materiály. Lak může zvýraznit vybrané části grafiky, vytvořit lesklý či matný efekt nebo dodat povrchu hmatatelnou strukturu a dojem reliéfu.

ARTYX PROMOTION tak může vyrábět tvarované samolepky, etikety, plakáty, výlohovou a interiérovou grafiku, reklamní bannery, prvky pro prodejní místa i prototypy obalů. Technologie zároveň otevírá prostor pro menší série a zakázkovou výrobu, u nichž je důležitá rychlost, přesnost a možnost přizpůsobit každý výstup konkrétnímu zadání.

Největší změna však nespočívá pouze v počtu nových produktů. Firma získala svobodu převádět kreativní návrhy do reality bez zbytečných technologických kompromisů.

Dotace jako prostředek, nikoli cíl

Pořízení profesionální technologie je pro menší rostoucí firmu významnou investicí. ARTYX PROMOTION proto využila program Vouchery pro podnikatele v Moravskoslezském kraji – 1. výzva a připravila projekt s názvem Rozvoj a inovace ARTYX PROMOTION s.r.o.

Celkové uznatelné výdaje projektu dosáhly 606 191 Kč. Schválená dotace činila 484 952 Kč, tedy 80 % uznatelných výdajů. Díky této podpoře mohla firma realizovat technologický posun rychleji a ve větším rozsahu,

než by umožňoval běžný provozní rozpočet. Důležitou roli sehrála také spolupráce s Czech Cool Trade. Původní investiční záměr bylo potřeba převést do kvalitně připraveného projektu, správně nastavit jednotlivé kroky a projít celým dotačním procesem tak, aby firma mohla svou energii soustředit především na podnikání a budoucí využití technologie.

Výsledkem není jen úspěšně získaná dotace. Je jím především konkrétní změna, kterou je možné vidět v každodenním provozu.

Více výroby pod vlastní střechou

Nová technologie pomáhá ARTYX PROMOTION zkracovat výrobní časy, rozšiřovat portfolio služeb a zvyšovat kvalitu finálních výstupů. Firma může rychleji reagovat na zadání, lépe kontrolovat celý proces a nabídnout zákazníkům řešení, která spojují kreativní grafiku s profesionálním zpracováním.

To, co dříve představovalo několik samostatných kroků, dnes vzniká v rámci jednoho navazujícího procesu. Od návrhu přes tisk až po přesný obrysový ořez. Pro zákazníka to znamená rychlejší cestu k hotovému produktu. Pro ARTYX PROMOTION větší výrobní nezávislost, širší možnosti a pevnější pozici na trhu.

„Naším cílem nikdy nebylo dělat reklamu podle předem daných šablon. Chceme hledat řešení, která mají vlastní charakter a dokážou značku odlišit. Nový stroj nám umožňuje dostat kreativní nápady do skutečné výroby rychleji, přesněji a bez zbytečných kompromisů. Díky podpoře a spolupráci s Czech Cool Trade jsme mohli uskutečnit investici, která naši firmu posunula na úplně novou úroveň,“ říkají jednatelé Bc. Jan Vidlička a Tomáš Vidlička.

Když obchod vzniká mezi jamkami



PARTNEŘI AKCE

BOF B CARS
OSTRAVA



SM-DATA



Bistro
Lhotka

akvahelp®

CCT Golf Cup 2026 ukázal, jak může sport fungovat jako přirozené prostředí pro setkávání lidí z různých firem a oborů. V Prosper Golf Resortu Čeladná se potkali členové Czech Cool Trade, partneři i hosté mimo komunitu, zkušení hráči i lidé, kteří si golf vyzkoušeli poprvé.



Instagram CCT

Golf bývá často vnímán jako individuální sport. V případě CCT Golf Cupu ale sloužil především jako příležitost strávit společný den mimo běžné pracovní prostředí. Právě na tomto principu stála akce, kterou společnost Czech Cool Trade uspořádala ve středu 17. června 2026 v Prosper Golf Resortu Čeladná.

Den začal řízeným networkingem a krátkým občerstvením. Úvodní část vytvořila prostor pro první seznámení a rozhovory ještě před samotnou hrou. Už od začátku bylo patrné, že nejde pouze o sportovní výkon, ale také o možnost potkat se mimo běžný pracovní rámec.

Po úvodní části dne se hráči vydali ve flightech na hřiště. Pro ty, kteří s golfem teprve začínali, byla připravena golfová akademie. Pod vedením trenéra Zdeňka Rouse si účastníci osvojili základní dovednosti na odpališti a následně si hru vyzkoušeli přímo v praxi na třech jamkách. Do programu se tak mohli zapojit i ti, kteří s golfem dosud neměli žádnou zkušenost.

Právě v tom spočívá jedna z hodnot podobných akcí. Golf vytváří prostředí, ve kterém mají lidé čas poznat se jinak než během běžné pracovní schůzky nebo krátkého networkingového setkání. Několik hodin strávených společně na hřišti otevírá prostor pro rozhovory, sdílení zkušeností i vznik nových propojení.

Během hry se tým Czech Cool Trade staral o občerstvení přímo na hřišti. Bugina CCT projížděla mezi jednotlivými flighty a nabízela hráčům vše potřebné pro dlouhý den na greenu, od nejrůznějších nealkoholických nápojů až po výběrový rum, prosecco, portské víno nebo pivo, včetně drobného sladkého i slaného občerstvení.

I tento detail ukázal, že komfort účastníků byl promyšlený napříč celým dnem.

Výrazným zastavením byla 15. jamka, kde se o občerstvení postaral partner turnaje Bistro Lhotka. Hráče zde čekaly domácí koláče a zákusky, čerstvé ovoce, domácí limonáda, káva i jednohubky s domácími pomazánkami. Bistro Lhotka tak do programu přineslo poctivé domácí občerstvení, které podtrhlo neformální atmosféru celého dne.

CCT Golf Cup spojil členy komunity Czech Cool Trade, jejich partnery i hosty mimo komunitu. Právě podobná setkání dlouhodobě vystihují směr aktivit Czech Cool Trade.

Poděkování patří všem partnerům akce, kterými byli AKVAHELP METAL, Bistro Lhotka, SM-DATA, B of B Cars a ParadeSports & Golf. Jejich podpora přispěla k hladkému průběhu celého dne i zázemí pro všechny účastníky.

Součástí závěru programu bylo také vyhlášení výsledků. V golfové akademii zvítězil Alexandr Černák, kategorii HCP 0 až 32 ovládl Martin Šavrnák a v kategorii HCP 32 až 54 byla nejlepší Jarmila Svobodová. V soutěži Longest Drive muži byl nejúspěšnější Michal Matulík, mezi ženami zvítězila Barbora Haladějová. V disciplíně Nearest to the Pin byl nejpřesnější Jan Kotraba, který si odnesl mimořádně hodnotnou cenu, třídní neomezený golf na skotském hřišti v St. Andrews s uvítací večeří a návštěvou Světového golfového muzea.

CCT Golf Cup 2026 znovu potvrdil, že podobné akce mají v komunitě Czech Cool Trade své místo. Nejen jako sportovní událost, ale také jako příležitost potkat se mimo kanceláře, v prostředí, které přirozeně komunikaci nahrává.



Tým CCT



Martin Kovalský

Věřím, že za každým úspěšným byznysem stojí lidé. Právě proto jsem založil Czech Cool Trade komunitu, která propojuje majitele firem, CEO a lídry napříč obory. Největší radost mi nedělají čísla ani uzavřené obchody, ale okamžiky, kdy díky jednomu seznámení vznikne dlouhodobé partnerství, nové přátelství nebo projekt, který by jinak nikdy nevznikl.

Když vypnu pracovní režim, patří můj čas rodině. Nejvíce si užívám chvíle s manželkou a našimi dcerami, společné cestování a objevování nových míst. Mám rád sport, který mě učí trpělivosti, pokoře i soustředění. Ať už je to golf, tenis nebo jakýkoliv pohyb, při kterém si dokážu vyčistit hlavu. Doma nás pak vítá náš věrný rhodesian ridgeback Miky, který nám každý den připomíná, že ty nejdůležitější věci v životě jsou často ty nejjednodušší.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

430+ členských firem a více než **1500** podnikatelů, CEO a top manažerů propojených v komunitě Czech Cool Trade.
3 klíčová slova: Důvěra – vztahy – příležitosti.
26 let fandím fotbalovému klubu Chelsea, na jehož zápasy se těším skoro jako moje dcery na Vánoce.



Karolina Kovalská

Většina z vás mě potkává na networkingových akcích Czech Cool Trade, kde společně rozvíjíme byznys komunitu a propojujeme majitele firem i CEO. V CCT působím jako jednatelka a vedoucí manažerka našeho event-marketingového týmu, takže mám pod palcem právě i tyto akce, které nás spojují.

Když ale zaklapnu notebook, manažerský svět jde stranou. Můj největší restart a stoprocentní rodinný krb představuje čas strávený s mými nejbližšími a naším rhodesian ridgebackem Mikym. A když potřebuji opravdu vypnout hlavu a dobít baterky na maximum? Najdete mě ve fitku. Moje druhá srdcovka jsou dynamické lekce jumpingu a zvedání těžších vah, kde ze sebe dostanu veškerý stres a odcházím s čistou myslí.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

400 + hostů na mé dosud největší eventové akci, kterou jsme s týmem kompletně připravili a dotáhli do úspěšného konce.
3 klíčová slova: Spojování lidí – energie – zážitky.
0 gramů cukru a kalorií v mém guilty pleasure: milované Zero Cole, která mě spolehlivě provází náročnými dny.



Pavel Dombek

S klienty se nejčastěji setkáváme při konzultacích, v rámci kterých hledáme nejvhodnější nástroj pro financování jejich záměrů. Rovněž řešíme také otázku obchodu a budování byznysu s ostatními členy naší firemní komunity. V CCT působím jako CEO, ale zároveň také jako člen projektového týmu. Díky tomu mám reálné zkušenosti s různými projekty, které každodenně uplatňuji v rámci své činnosti a pomoci našim klientům.

Ve volnu trávím většinu času s manželkou a dcerou, prací na zahradě nebo cestováním. Nezáleží moc na tom, zda po republice nebo v zahraničí, zda ve městě po památkách nebo za krásami přírody. Díky dceři si čím dál více vážím obyčejných věcí a možnosti si jich naplno užívat s rodinou.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

12 - Tolik měsíců ročně poskytujeme své poradenské a konzultační služby klientům. A čas letí velmi rychle.
3 klíčová slova: Víze – důslednost – smích.
91 - toto číslo jsem dostal v porodnici a provází mě celým mým životem.



Miroslav Przeczek

Moje práce se nejčastěji točí kolem projektů, které mají firmám pomoci posunout se dál. V Czech Cool Trade vedu projektový tým a s klienty řešíme hlavně investiční záměry. Baví mě pestrost této práce. Jeden den se můžeme bavit o stavebnictví, druhý o strojích a technologiích a další o projektu se sociálním přesahem. Každý záměr je jiný a právě v tom je pro mě tato práce dlouhodobě zajímavá. Rád hledám řešení, která dávají smysl nejen na papíře, ale hlavně v praxi.

Když vypnu pracovní režim, nejraději vyrazím za sportem a odpočinkem. Mám rád fotbal, florbal, turistiku i cykloturistiku. Pohyb je pro mě nejlepší způsob, jak si vyčistit hlavu, dobít energii a na chvíli vyměnit projektové termíny za trasu, hřiště nebo výhled z kopce. Ať už jde o týmový sport, nebo výlet do přírody, baví mě ten moment, kdy člověk přestane řešit běžné povinnosti a prostě jen jede, běží nebo šlape dál.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

10 let zkušeností s dotačními projekty. Za tu dobu mi prošla pod rukama řada pestrých projektů z oblasti stavebnictví, vzdělávání, technologií i sociální sféry.
3 klíčová slova: Spolehlivost – tah na branku – nadhled.
1 pravidlo pro čistou hlavu, které nejlépe funguje venku. Ideálně na kole, na túře nebo při sportu, kde se hlava unaví úplně jinak než v práci.



Veronika Chudíková

Nejčastěji se se mnou setkáváte u investičních projektů a dotačních příležitostí. Baví mě hledat v pravidlech a možnostech podpory takovou cestu, která klientům dává skutečný smysl a pomůže jejich byznys posunout dál. V Czech Cool Trade tak propojuji zkušenosti z dotačního prostředí s praktickým pohledem na to, co firmy skutečně potřebují řešit.

Všichni mě znáte jako projektovou manažerku Czech Cool Trade. Když ale na konci dne odložím projektovou dokumentaci, mám ráda chvíle, kdy můžu zpomalit. Procházky se psem Alexem, dobrou kávu, dobré jídlo, drink a čas s blízkými. Mám ráda smích, dobrou náladu, cestování, knihy, háčkování, dobré filmy, ale i klid a spánek. Nejvíc si užívám čas se svými dětmi, rodinou, přáteli a lidmi, se kterými je člověku jednoduše dobře.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

4 roky v Czech Cool Trade. Za důležitý pracovní milník beru každý projekt, který se podaří úspěšně dotáhnout od prvotního záměru až po kompletní realizaci.

3 klíčová slova: Pečlivost – zkušenost – rovnováha.

4letý pes Alex, Německá doga, mi spolehlivě připomíná, že i po náročném dni je nejlepší program procházka. Ideálně zakončená dobrou kávou nebo kouskem čokolády.



Tomáš Myšák

V Czech Cool Trade se věnuji eventům a marketingu, takže moje práce často začíná u plánování, pokračuje přes organizaci, tvorbu grafiky, videa nebo komunikaci a končí až ve chvíli, kdy všechno na místě funguje tak, jak má. Ať už jde o networkingovou akci, marketingovou prezentaci nebo podporu klientů, vždycky se snažím, aby výsledek měl kvalitu, smysl a byl dotažený do detailu.

Když pak vypnu notebook, nejčastěji mířím za sportem, rodinou, hudbou nebo někam na cesty. Chodím do fitka, hraju florbal a moji vášní jsou kryptoměny a Formule 1. Nejraději ale trávím čas se svou snoubenkou Luckou a naším psem Casey. Energií nabitý Jack Russell teriér vám spolehlivě připomene, co je v životě nejdůležitější – pozitivní nálada a jednoduchost.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

40 naplánovaných, odmoderovaných či zrealizovaných eventů. Od klasických networkingových akcí, přes eventy v Londýně až po naše prestižní sportovní akce.

3 klíčová slova: Detail – energie – tah na výsledek.

22 pilotů na startovním roštu, které sleduji s větším zaujetím, než je u běžného víkendového programu obvyklé. Formule 1 je moje celoživotní vášně a zároveň spolehlivý způsob, jak se na chvíli přepnout do úplně jiného světa.



René Nieslaník

Většina z vás mě zná z obchodních schůzek a debat nad dotačními příležitostmi. V Czech Cool Trade působím jako projektový manažer a nejvíce mě baví okamžik, kdy se z prvotního nápadu začne stávat konkrétní projekt s jasným cílem. Po letech strávených v marketingu a řízení provozu zdravotnických pracovišť jsem si potvrdil, že mě naplňuje práce, ve které se setkávají lidé, obchod, odpovědnost a viditelný výsledek. Složitě věci rád převádím do srozumitelného plánu, ideálně takového, kterému klient nejen rozumí, ale také věří.

Když zaklapnu notebook, mířím nejčastěji do fitness centra. Posilovna je pro mě místem, kde si vyčistím hlavu, doplním energii a připomenu si, že skutečný výsledek nevzniká přes noc. Činky navíc neumějí přijímat výmluvy, což je jeden z důvodů, proč mě fitness tolik baví. Ještě důležitější je pro mě ale čas s rodinou. Společné chvíle mi dávají nadhled, radost a připomínají mi, co má v životě skutečnou hodnotu.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

15 let profesních zkušeností napříč marketingem, řízením provozu privátních ambulancí a obchodem, dnes zúročených při hledání nových příležitostí pro české firmy.

3 klíčové hodnoty: Disciplína – vytrvalost – důvěra.

1 zemité yerba maté, moje neoficiální provozní kapalina. S medem a ambicí nastartovat celý den.



Jiří Franek

V Czech Cool Trade se jako externí poradce zapojuji do vybraných projektů zaměřených na vědu a výzkum, kde propojuji firemní praxi s pohledem akademické sféry. Baví mě hledat souvislosti, pohlížet na data v širším kontextu a dívat se na firmu nejen přes výsledky, ale také přes rozhodnutí, změny a příležitosti, které ji mohou posunout dál. Působím na Ekonomické fakultě VŠB-TU Ostrava jako proděkan pro studium. Odborně se zaměřuji na ekonomickou analýzu, řízení změn a rozvoj výuky.

Když odložím práci, nejraději trávím čas s rodinou, manželkou Andrejkou a dcerami Olívií a Flórou. Zbytek volného času se snažím naplnit pohybem, přírodou a věcmi, které mi pomáhají vypnout. Hraju florbal, tenis, rád vyrážím na túry a čím dál víc si užívám chataření. Příroda je pro mě místo, kde se dá zpomalit, nadechnout a srovnat si myšlenky. A když zrovna nejsem venku, dokáže mě pohlit historie, motorismus nebo krásy vesmíru.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

2 světy, které se v mé práci přirozeně setkávají.

Akademické prostředí a firemní praxe.

3 klíčová slova: Analýza – nadhled – zvědavost.

1 chata stačí jako ideální místo pro vypnutí hlavy. A když se k tomu přidá příroda, grilování, sport nebo pohled na noční oblohu, je to kombinace, která funguje vždy.



Kristýna Cihlářová

Potkat se můžeme na některé z networkingových akcí Czech Cool Trade, ale stejně tak i v zákulisí při jejich přípravě. Jeden den řeším organizaci eventu, další grafiku, text k článku nebo příspěvek na sociální síti. Baví mě, že každý den může vypadat trochu jinak a že se v mé práci potkává kreativita, organizace i práce s lidmi. Mám ráda, když věci dávají smysl, dobře fungují a zároveň hezky vypadají.

Mimo práci mě doma moc nenajdete. Ráda vyrazím ven s rodinou nebo přáteli, ať už na výlet, do hor, nebo jen na procházku městem spojenou s dobrým jídlem nebo kávou. Kdybych si měla vybrat jedno místo, kam se vracet pořád dokola, vyhrává Porto. Kvůli atmosféře, lidem, jídlu a výborné sangrii. Jediné mínus Portugalska? Káva. Tu si raději dám jinde. Když mám prostor, ráda si pustím také podcast, nejčastěji s krimi tematikou.

MŮJ SVĚT V ČÍSLECH

2026 - rok, kdy jsem se vydala úplně novým profesním směrem.

3 klíčová slova: Pečlivost — zvědavost — úsměv.

4 hrnky dobré kávy, bez kterých si neumím představit den.

A když moje hlava po náročném dni potřebuje vypnout, zachrání to 1 nenáročná reality show.



ENPF
KUCHYNĚ A NÁBYTEK

Google **FIRMY.CZ**
4.9 ★★★★★

modulární
Kuchyně
za 119.000 Kč



Délka sestavy
350 – 410



Výška sestavy
260



Dostupné kusy
ihned k montáži

Poptat nyní!!!



www.enpf.cz info@enpf.cz +420 774 425 138

Proč se manažeři vracejí ke studiu, i když už dávno řídí firmy

Zkušenosti jsou pro řízení firmy důležité. V určité fázi ale přestávají stačit samy o sobě. Majitelé firem a manažeři potřebují čas podívat se na své podnikání s odstupem, ověřit si vlastní úvahy a hledat řešení konkrétních problémů, které růst firmy přináší.

Řídit firmu neznamená jen dělat správná rozhodnutí. Znamená také najít si čas přemýšlet o těch příštích. A právě ten bývá v každodenním provozu nejuzácnější.

Kalendář je plný schůzek, tým čeká na rozhodnutí a strategická témata se odsouvají. Ne proto, že nejsou důležitá. Jenže právě na ně často nezbývá čas.

Do této oblasti dnes zásadně vstupuje umělá inteligence. Pro manažery už nejde o technologickou novinku, ale o nástroj, který mění pravidla hry v práci s informacemi, rozhodováním, obchodem i interními procesy.

Mnoho firem se dříve nebo později dostane do bodu, kdy další růst vyžaduje změnu pohledu. Nepomohou další porady ani delší pracovní doba. Potřeba je odstup a možnost podívat se na firmu jako celek.

Právě proto má pro zkušené manažery vzdělávání jiný význam než na začátku kariéry. Nehledají obecné poučky. Zajímá je možnost porovnat vlastní zkušenosti s praxí ostatních a získat zpětnou vazbu k otázkám, které právě řeší.

Součástí programu je proto také praktický AI workshop zaměřený na práci s nástroji umělé inteligence. Účastníky učí, jak AI využívat při analýze, tvorbě podkladů, plánování, marketingu, řízení projektů i přípravě studijních výstupů. Práce s AI nástroji je během studia žádoucí, protože odpovídá tomu, jak se dnes mění reálná manažerská a podnikatelská praxe.

Když rozvoj není benefit, ale součást řízení firmy

Manažerské vzdělávání dnes často slouží jako nástroj pro řešení konkrétních firemních témat. Pomáhá nastavit procesy, připravit nástupnictví, otevřít nový trh nebo lépe řídit růst firmy.

Smysl má tehdy, když není oddělené od praxe. Když se účastníci věnují otázkám, které skutečně řeší: jak rozdělit odpovědnosti, jak nastavit marketing v souladu s obchodní strategií nebo jak zvládnout projekt, který přerostl původní plán.

Právě zde se ukazuje přínos AI: správně zvolené a zavedené nástroje dokážou zkrátit přípravu rozhodnutí, zrychlit práci s daty, snížit náklady na rutinní činnosti a zvýšit kvalitu výstupů. Manažer, který umí AI zapojit do běžné pracovní praxe, získává výraznou konkurenční výhodu - pracuje efektivněji, rychleji, levněji a často i přesněji než týmy, které tyto nástroje nepoužívají.

MBA jako prostor pro práci na vlastní firmě

Jednou z forem takto pojatého rozvoje je profesní MBA studium. V prostředí Czech Cool Trade navazuje program MBA v oboru Business a management na potřeby podnikatelů, majitelů firem, manažerů i klíčových zaměstnanců, kteří chtějí své zkušenosti zasadit do širších souvislostí a věnovat se konkrétním tématům spojeným s řízením a dalším směřováním firmy. Studium je realizováno pod akreditací International Education Society (IES).

Důležitou součástí programu je práce na vlastním projektu. Může jít o návrh strategie, úpravu interních procesů, business plán, marketingový plán nebo přípravu vstupu na nový trh. Vzdělávání tak nestojí vedle praxe, ale přímo na ni navazuje.

AI workshop, který je součástí studia zároveň pomáhá změnit uvažování o práci, podnikání a řízení firmy. Nejde pouze o seznámení s konkrétními aplikacemi, ale o schopnost rozpoznat, kde může umělá inteligence zvýšit výkon firmy, podpořit rozhodování, zjednodušit opakující se činnosti a vytvořit nové příležitosti pro růst.

Síla skupiny, která rozumí podnikání

Významnou roli hraje také skladba účastníků. Když se setkají lidé, kteří sami řídí firmy nebo týmy, diskuse se rychle přesouvá od teorie k praxi.

Malá studijní skupina složená ze zástupců komunity CCT vytváří prostor pro sdílení zkušeností. Jeden řeší expanzi, druhý růst týmu, další změnu obchodního modelu. Právě rozdílné pohledy bývají často největším přínosem.

V kombinaci s praktickou prací s AI vzniká prostředí, kde účastníci neřeší jen to, co ve firmě funguje dnes, ale také to, jak bude vypadat efektivní řízení v nejbližších letech. Schopnost rychle testovat varianty, připravovat kvalitnější podklady a využívat AI jako běžnou součást práce se stává jedním z faktorů, které budou odlišovat moderně řízené firmy od zbytku trhu.

Ostrava, online forma a rytmus, který respektuje pracovní realitu

Studium je koncipováno v rytmu přibližně jednoho setkání měsíčně mimo letní prázdniny. Prezenční výuka probíhá v prostorách Czech Cool Trade v Ostravě-Svinově, primárně v páteční skupině. K dispozici je také sobotní skupina a online forma. Měsíční interval mezi setkáními umožňuje průběžně pracovat na vlastním projektu a zároveň zůstat naplno zapojený do řízení firmy.

Díky tomuto rytmu lze nové poznatky, včetně postupů z AI workshopu, průběžně ověřovat přímo ve vlastní pracovní praxi. Studium tak nevede jen k získání nových informací, ale k jejich okamžitému převodu do konkrétních pracovních návyků, procesů a rozhodnutí.

Co rozhoduje o hodnotě manažerského vzdělávání

U zkušených manažerů nerozhoduje množství informací. Důležitější je schopnost vybrat podstatné a převést poznatky do konkrétních rozhodnutí.

Největší hodnotu proto mají programy, které propojují odborné vedení s prací na reálných firemních tématech. Nejde o studium pro studium, ale o prostor, kde lze systematicky pracovat na dalším směru firmy.

V době, kdy AI zásadně mění způsob práce s informacemi, obsahem, daty i rozhodováním, se schopnost používat tyto nástroje stává součástí manažerské kompetence. Kdo ji umí převést do každodenní praxe, získává rychlejší způsob práce, nižší provozní náklady, lepší výstupy a náskok před konkurencí, která AI stále vnímá jen jako doplněk místo strategického nástroje.



Přinášíme výsledky

 Z 0 mezi **TOP**
firmy na trhu
za 1 rok – BODEMA

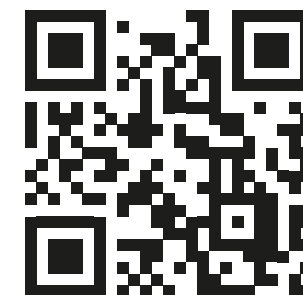
 Efektivní **prodej**
stavebních pozemků
– Bydlení u Bezdrevu

 4 roky a **4x větší**
objem v PPC
– Utukutu

 **94%** meziroční
nárůst – DoSadu.cz

 **RESULTIO**

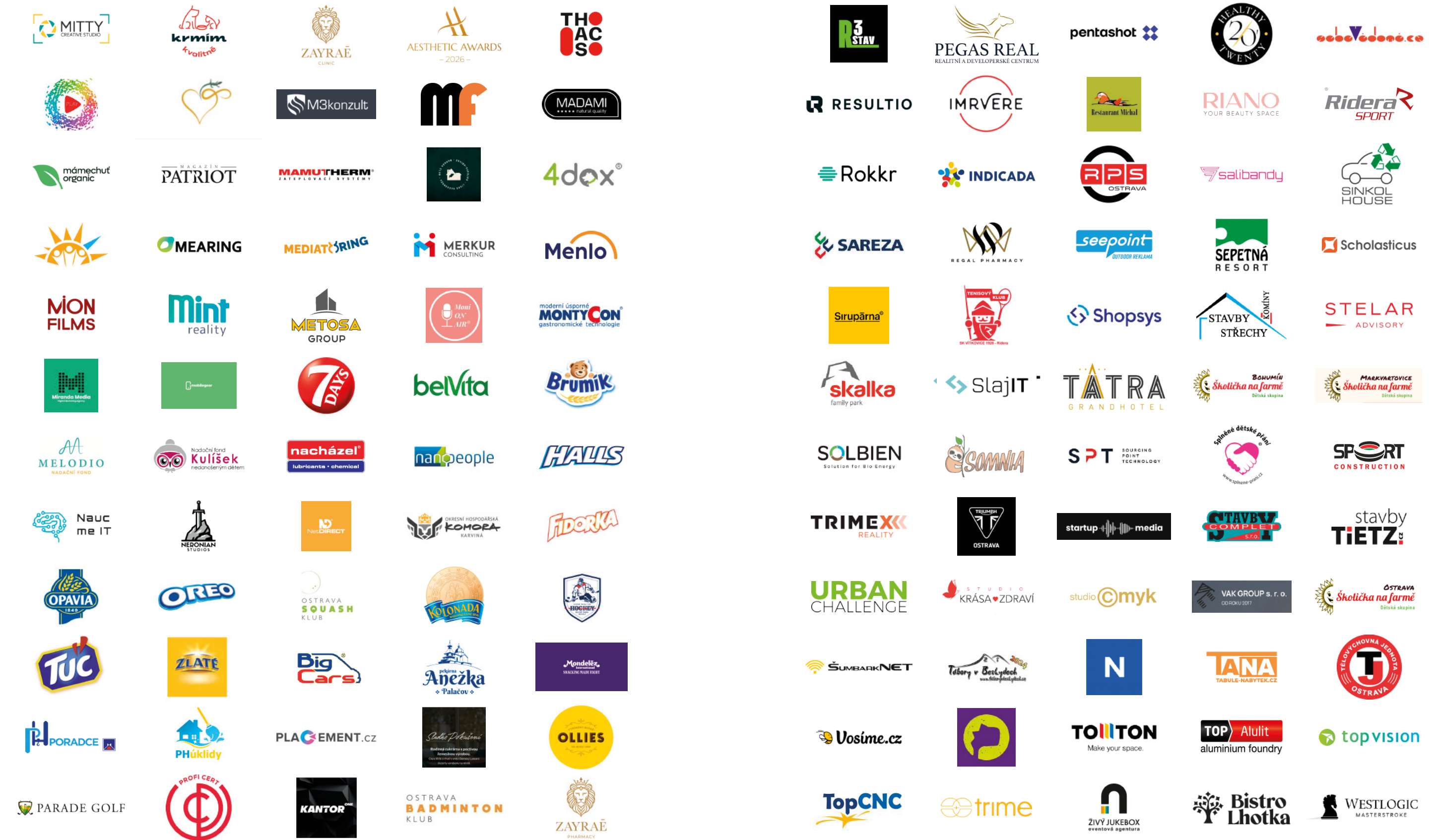
Podívejte se na naše případové studie



Firemní komunita CCT

Byznys stavíme na vztazích







MAMUT – THERM PRO s.r.o.
MAPcorporation s.r.o.
Jiří Philipp
Ondřej Suchý
Jakub Fabian
Olm spol. tec s.r.o.

UniTech Industry s.r.o.
CVG Metal s.r.o.
Genesis Invest s.r.o.
Hermína spol. s.r.o.
Jan Hasala
Events 4 you, z.s.

Banana Clouds s.r.o.
Jaysmarter spol. s.r.o.
DACALM spol. s.r.o.
Jaromír Štědranský



Pojďme posunout váš byznys dál

Chcete financovat rozvoj své firmy z dotací a hledáte partnera, na kterého se můžete stoprocentně spolehnout? V CCT si zakládáme na lidském přístupu. Víme, že za každým úspěšným projektem stojí zkušenosti a vzájemná důvěra. Nejsme jen externí poradci, staneme se součástí vašeho týmu.



Získali jsme přes
6,5 miliardy Kč
pro naše klienty



Postaráme se
o dotační monitoring
a management



Pomůžeme vám
navázat pevné
byznysové vztahy



Naskenujte QR kód
a začnete využívat síly
firemní komunity CCT.

*Jsme CCT
a podporujeme
váš byznys!*



CONNECTED COOL TRADE



Najděte nové obchodní příležitosti.

Získejte nového klienta ještě dnes!



430+

SPOLEČNOSTÍ



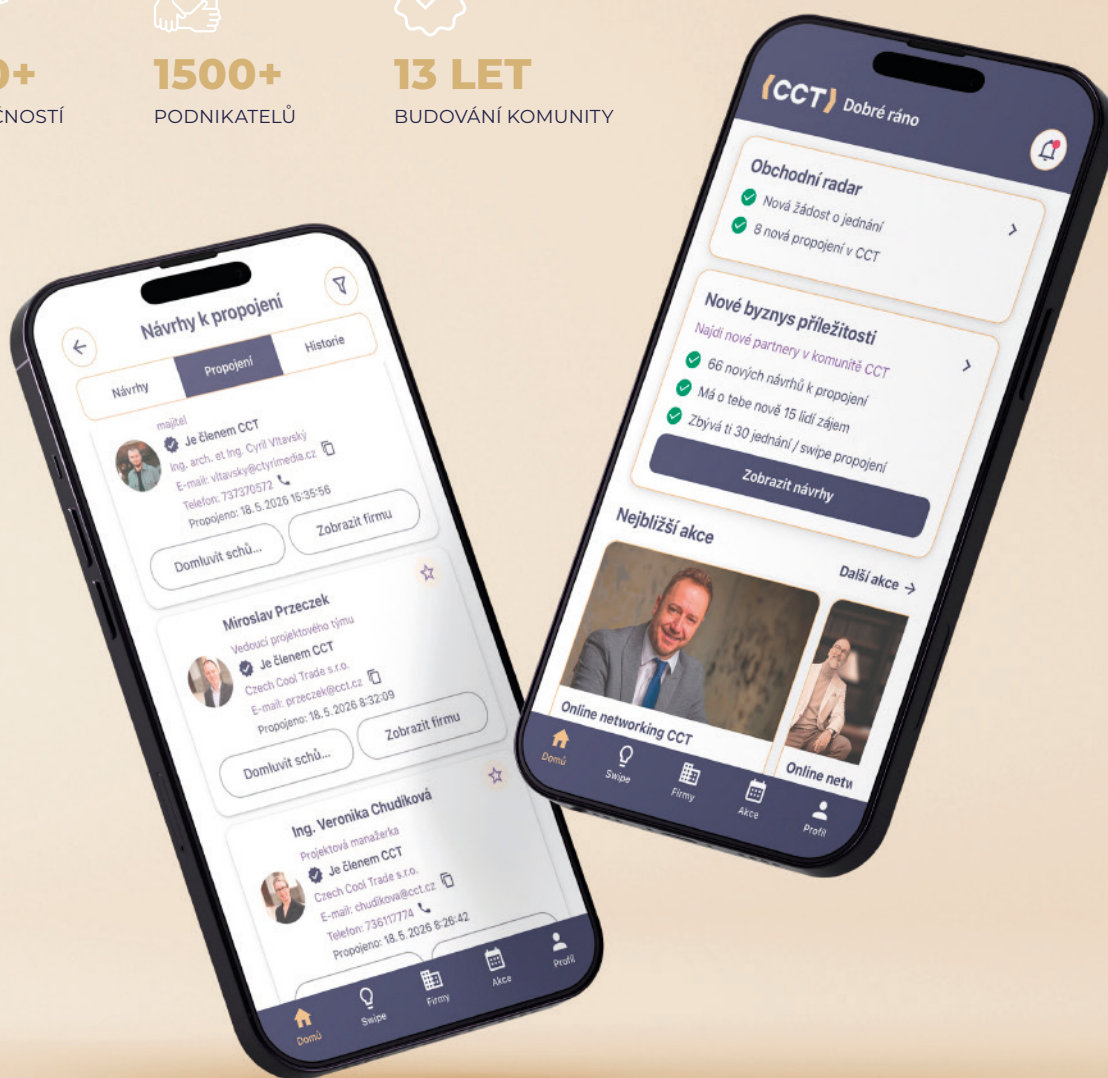
1500+

PODNIKATELŮ



13 LET

BUDOVÁNÍ KOMUNITY



Podporujeme
váš byznys!